

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

PAULO AFONSO CHAVES MACAN

ROCK EM CURITIBA: A CENA MUSICAL, SEUS AGENTES, ESPAÇOS E RELAÇÕES  
COM AS INOVAÇÕES DIGITAIS ENTRE 2005 E 2019

CURITIBA

2020

PAULO AFONSO CHAVES MACAN

ROCK EM CURITIBA: A CENA MUSICAL, SEUS AGENTES, ESPAÇOS E RELAÇÕES  
COM AS INOVAÇÕES DIGITAIS ENTRE 2005 E 2019

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Música, linha de pesquisa Musicologia Histórica e Etnomusicologia do curso de Pós-Graduação em Música, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Edwin Ricardo Pitre-Vásquez

CURITIBA

2020

Catálogo na publicação  
Sistema de Bibliotecas UFPR  
Biblioteca de Artes, Comunicação e Design/Batel  
(Elaborado por: Karolayne Costa Rodrigues de Lima CRB 9/1638)

Macan, Paulo Afonso Chaves

Rock em Curitiba: a cena musical, seus agentes, espaços, e relações com as inovações digitais entre 2005 e 2019 / Paulo Afonso Chaves Macan. – Curitiba, 2020.

295 f.: il. color.

Orientador: Prof. Dr. Edwin Ricardo Pitre-Vásquez.

Dissertação (mestrado em Música) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-Graduação em Música.

1. Rock – Curitiba – História e crítica. 2. Etnomusicologia – Curitiba (PR).  
3. Música – Aspectos tecnológicos. I. Título.


CDD 781.66

## TERMO DE APROVAÇÃO

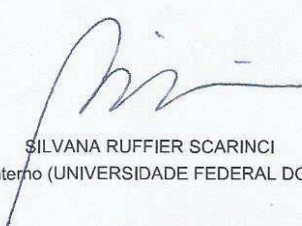
Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em MÚSICA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **PAULO AFONSO CHAVES MACAN**, intitulada: **ROCK EM CURITIBA: A CENA MUSICAL, SEUS AGENTES, ESPAÇOS E RELAÇÕES COM AS INOVAÇÕES DIGITAIS ENTRE 2005 E 2019**, sob orientação do Prof. Dr. EDWIN RICARDO PITRE VÁSQUEZ, após terem inquirido o aluno e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de Mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

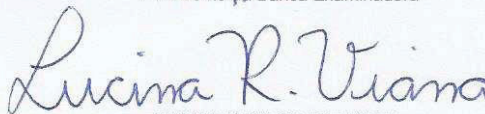
Curitiba, 06 de Março de 2020.



EDWIN RICARDO PITRE VÁSQUEZ  
Presidente da Banca Examinadora



SILVANA RUFFIER SCARINCI  
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)



LUCINA REITENBACH VIANA  
Avaliador Externo (CENTRO UNIVERSITÁRIO CURITIBA)



## ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DISSERTAÇÃO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM MÚSICA.

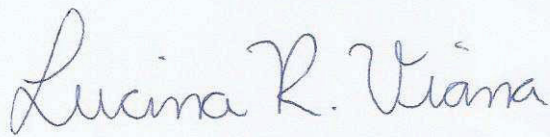
No dia seis de março de dois mil e vinte às 09:00 horas, na sala Sala 208, Departamento de Artes, UFPR do Setor de ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN da Universidade Federal do Paraná, foram instaladas as atividades pertinentes ao rito de defesa da dissertação do mestrando **PAULO AFONSO CHAVES MACAN**, intitulada : **ROCK EM CURITIBA: A CENA MUSICAL, SEUS AGENTES, ESPAÇOS E RELAÇÕES COM AS INOVAÇÕES DIGITAIS ENTRE 2005 E 2019**, sob orientação do Prof. Dr. EDWIN RICARDO PITRE VÁSQUEZ. A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em MÚSICA da Universidade Federal do Paraná foi constituída pelos seguintes Membros: EDWIN RICARDO PITRE VÁSQUEZ (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ), SILVANA RUFFIER SCARINCI (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ), LUCINA REITENBACH VIANA (CENTRO UNIVERSITÁRIO CURITIBA). A presidência iniciou os ritos definidos pelo Colegiado do Programa e, após exarados os pareceres dos membros do comitê examinador e da respectiva contra argumentação, ocorreu a leitura do parecer final da banca examinadora, que decidiu pela aprovação. Este resultado deverá ser homologado pelo Colegiado do programa, mediante o atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca dentro dos prazos regimentais definidos pelo programa. A outorga do título de mestre está condicionada ao atendimento de todos os requisitos e prazos determinados no regimento do Programa de Pós-Graduação. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, EDWIN RICARDO PITRE VÁSQUEZ, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão Examinadora.

Observações: A banca indica o trabalho para publicações e recomenda fortemente a continuação de pesquisa em seu doutorado.

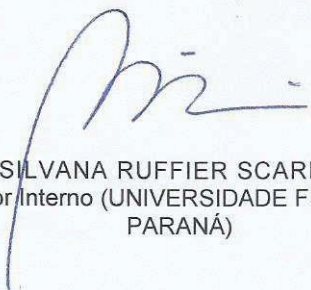
Curitiba, 06 de Março de 2020.



EDWIN RICARDO PITRE VÁSQUEZ  
Presidente da Banca Examinadora



LUCINA REITENBACH VIANA  
Avaliador Externo (CENTRO UNIVERSITÁRIO CURITIBA)



SILVANA RUFFIER SCARINCI  
Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO  
PARANÁ)

## Dedicatória

Dedico este trabalho a todos os músicos de Curitiba. Àqueles que estão iniciando os estudos em seus instrumentos, aos que ensaiam até tarde, aos músicos que nos fins de semana trocam a companhia dos amigos ou da família por viagens a trabalho, àqueles que ao invés de se preocupar em comprar um carro novo, preocupam-se com o próximo equipamento a adquirir. Eu dedico este trabalho aos que não desistiram da música por causa da velha pressão de que “a música não dá dinheiro”. Dedico também aos que desistiram, pois sei o quão difícil é, e seria hipócrita de minha parte dizer que eu mesmo nunca pensei, e ainda penso, às vezes, em desistir. Este trabalho é para os que compõem até tarde, para os que viram madrugadas tirando músicas e acordam cedo no dia seguinte para ir trabalhar em outro emprego. Para os colegas que precisam esconder a guitarra nova da esposa, ou mentir o valor que pagaram, evitando assim discussões motivadas por uma irracionalidade – movida pela paixão e fantasia incontroláveis que compõem o fazer musical. Este trabalho é para os músicos que ficam no quarto fazendo vídeos para o Instagram, mas é também pra aqueles que sobem várias vezes no palco, muitas das quais entretêm um público que está mais preocupado com a TV, onde passa o futebol ou o UFC. É para aqueles que se revoltam a cada show com o cachê, mas tornam a tocar no mesmo lugar de novo e de novo. É para todos os que amam e vivem intensamente a música.

## Agradecimentos

Eu agradeço em primeiro lugar à minha avó Tereza Macan, ao meu avô Vergolino José Macan, minha tia Cristiane Poerner Chaves e à minha avó Suely Ana Poerner, igualmente a cada um deles por me ensinarem o significado de família.

Agradeço à minha nação por me proporcionar o estudo gratuito durante oito anos. À Universidade Federal do Paraná e todos os professores do curso de Música pelo ensino. À Coordenação de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo incentivo enorme que foi a possibilidade de eu estudar com bolsa de mestrado. Ressalto que, sem a bolsa, eu não teria tempo de estudar nem produzir a coleta e análise de dados enorme que demandou esta pesquisa, pois estaria usando este tempo de estudo para conseguir mais dinheiro para sobreviver. Agradeço ao Grupo de Pesquisa em Etnomusicologia da UFPR (GRUPETNO) por todas as discussões e suporte com bibliografias e orientações, sem o qual este trabalho não se realizaria.

Meu muito obrigado ao meu orientador e amigo Professor Dr. Edwin Ricardo Pitre-Vásquez pela autonomia e confiança que me foi dada e pela sua receptividade e colaboração com minha pesquisa além da compreensão com minhas atividades musicais intensas fora da universidade. Agradeço à professora Luzia Aparecida pelas correções e dicas no projeto que originou este estudo. Aos professores Eduardo Paiva, pelos apontamentos em meu questionário para esta pesquisa, e Simone Pereira de Sá por me indicar textos sobre cenas.

Agradeço aos colegas de GRUPETNO Julio Borba e Luciano Candemil pelo compartilhamento de referências e troca de ideias para pesquisas musicais e extramusicais. Agradeço ao Cainã Alves pela sempre solícita atuação como representante discente. Aos amigos pesquisadores do UFPRock Celso Costa Segundo e Felipe Estivalet pela troca muito produtiva de referências e pelo sincero interesse em contribuir com a pesquisa.

Meu agradecimento aos entrevistados deste trabalho Manoel Neto, André Hernandes, Alvaro Ramos, Ivan Junior, Rodrigo Vivasz, Cyro Ridal, Zé Rodrigo e todos os que empreenderam seu tempo respondendo o questionário *online* deste estudo.

Agradeço a meus amigos Daniel Nunes, Sandro Tissot, Saulo Trada, Gilson Mocellin, Marcelo Grobb, Juliano Mildemberg e Rodrigo Schwartz, que têm me proporcionado viver intensamente a profissão de músico, tanto em Curitiba como pelos inúmeros lugares que já estivemos juntos e a meu amigo e professor Luca Barros, pelas tão eficientes lições de inglês.

Por fim, agradeço à sabedoria suprema, que me colocou no tempo e espaço para desfrutar do privilégio de ser quem eu sou e estar onde estou.

“Há quase meio século uma eletrificada mistura espalhou-se pelo mundo contagiando em cheio a juventude. Chocando gerações, questionando instituições e mudando comportamentos. Rebelde, vibrou forte pelos autofalantes, invadiu ouvidos, assaltou cérebros e criou mitos. Instituído, criou novas modas atitudes e concepções. A isto chamou-se rock’n’roll, cultura bizarra, barulhento circo sonoro, indústria de lucro e prejuízo, negócio sujo, divertido produto de entretenimento que se transformou na principal manifestação de arte pop do século e a trilha sonora do fim dos tempos. Rock’n’roll, fútil forma de arte, descartável, volátil e bastarda como toda arte moderna. Nunca se contaram histórias tão boas em volume tão alto. Apenas rock’n’roll no volume máximo [...]”

(Pedro do Rosário)



## RESUMO

O presente estudo concentra-se na área de Etnomusicologia com abordagens em Comunicação e tratará do tema cena musical rock independente na cidade de Curitiba, do ano de 2005 à atualidade. A pesquisa partirá de uma lacuna deixada pelo meu Trabalho de Conclusão de Curso relacionada às problemáticas levantadas no artigo *A Cena Musical em Curitiba: a partir do acervo do programa Ciclojam entre 1996 e 2005*, apresentado no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, o Intercom 2017. Tais estudos deixaram questões em aberto sobre a realidade atual das manifestações musicais rock da capital paranaense, que diz respeito ao contexto de democratização do acesso às redes de informação digital, principalmente a partir de 2005, com o desenvolvimento de diversos *sites* de redes sociais e da maior possibilidade de compartilhamento de multimídias relacionadas à música. Uma das principais problemáticas levantadas no estudo anterior foi que vários músicos curitibanos não reconheciam uma cena musical na cidade, o que gerou a necessidade no presente trabalho de um melhor delineamento do conceito de cena musical, a fim de esclarecer este termo segundo a perspectiva acadêmica e diferenciá-lo de outras significações atribuídas comumente na sociedade. Desta forma, partindo do resultado do estudo anterior, em que se argumenta a existência da cena musical rock na capital e discute-se suas características e conflitos, este trabalho buscará investigar se o uso das tecnologias digitais *online* pelos profissionais de música interferiu na cena musical rock curitibana após o ano de 2005, quando se encerra o recorte do estudo prévio e se inicia o do atual trabalho. Primeiramente, a fim de comparação, a presente investigação utilizará os dados coletados anteriormente no acervo do programa de rádio e TV *Ciclojam* (1996-2005) e uma etnografia atual nos ambientes da cena musical rock de Curitiba. Além disso, são realizadas entrevistas presenciais com profissionais do entretenimento noturno curitibano, um questionário *online* com seções quantitativas e qualitativas em que o público-alvo são os músicos atuantes na capital, o mapeamento das regiões sociais em que a cena rock se materializa pelos bairros de Curitiba e pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Cena musical. Tecnologias digitais. Curitiba. Etnomusicologia. Rock.

## ABSTRACT

The present study focuses on the area of Ethnomusicology with approach in Communication and will treat the theme of independent rock music scene in the city of Curitiba from 2005 to the present. The research will start from a gap left by my Course Conclusion Assignment related to the issues raised in the article *The Musical Scene in Curitiba: from the collection of the program Ciclojam between 1996 and 2005*, presented at the *40th Brazilian Congress of Communication Sciences, Intercom 2017*. These studies left open questions about the current reality of the rock music manifestations of the capital of Paraná, a period which concerns the context of democratization of access to digital information networks, especially from 2005, with the development of many social media websites and the greater possibility of sharing music-related multimedia. One of the main problems raised in the previous study was that several Curitiba musicians did not recognize a music scene in the city, which generated the need in the present work for a better delineation of the concept of music scene, in order to clarify this term from the academic perspective and differentiate it from other commonly attributed meanings in society. Thus, starting from the result of the previous study, which argues the existence of the rock music scene in the capital and discusses its features and conflicts, this paper will seek to investigate whether the use of online digital technologies by music professionals interfered in the Curitiba rock music scene after 2005, when the time clipping of the previous study ends and the current work begins. First, for comparison, this research will use the data previously collected in the collection of the Radio and TV show *Ciclojam* (1996-2005) and a current ethnography in the environments of the Curitiba rock music scene. In addition, face-to-face interviews are conducted with night entertainment professionals from the city, an online questionnaire with quantitative and qualitative sections in which the target audience are the acting musicians in the capital, the mapping of the social regions in which the rock scene materializes in the neighborhoods of Curitiba and bibliographical research.

Keywords: Music scene. Digital technologies. Curitiba. Ethnomusicology. Rock.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 –	DISTRIBUIÇÃO DAS PESQUISAS DE PÓS-GRADUAÇÃO SOBRE CENAS MUSICAIS.....	39
FIGURA 2 –	ESQUEMA METODOLÓGICO.....	60
FIGURA 3 –	QR CODE DE ACESSO PARA IMAGENS DOS PRINCIPAIS TIPOS DE BAR EM CURITIBA.....	71
FIGURA 4 –	ESQUEMA DE RELAÇÕES ENTRE PÚBLICO, BARES E GRUPOS MUSICAIS.....	73
FIGURA 5 –	POLOS DA CENA ROCK DE CURITIBA.....	78
FIGURA 6 –	GRUPOS MUSICAIS ROQUEIROS ATUANTES EM DEZEMBRO DE 2019 EM CURITIBA.....	79
FIGURA 7 –	PUNK DE DIREITA.....	84
FIGURA 8 –	A TEORIA DA CAUDA LONGA.....	151
FIGURA 9 –	FORÇA 1.....	151
FIGURA 10 –	FORÇA 2.....	152
FIGURA 11 –	FORÇA 3.....	152
FIGURA 12 –	QR CODE DE ACESO À IMAGEM QUE ILUSTRA A LINHA DO TEMPO DO NÚMERO DE CDS VENDIDOS NO MUNDO E NO BRASIL.....	154
FIGURA 13 –	ALBUNS HIT.....	154
FIGURA 14 –	DIAGRAMA “ESPAÇO, TEMPO E INDIVÍDUOS” .....	159
FIGURA 15 –	QR CODE PARA DADOS DAS REGIONAIS.....	212
FIGURA 16 –	MAPA DAS ADMINISTRAÇÕES REGIONAIS DE CURITIBA.....	213
FIGURA 17 –	QR CODE DE ACESSO PARA O MAPA DOS LOCAIS DESCRITOS NA PESQUISA ONLINE.....	217
FIGURA 18 –	DIVISÃO HORIZONTAL DO MAPA DE CURITIBA.....	218
FIGURA 19 –	DIVISÃO HORIZONTAL DO MAPA DE CURITIBA E A DISPOSIÇÃO DOS LOCAIS COM MÚSICA AO VIVO.....	219
FIGURA 20 –	QR CODE DE ACESSO AO MAPA VIRTUAL DA CENA MUSICAL ROCK DE CURITIBA SEGUNDO A ETNOGRAFIA.....	220
FIGURA 21 –	MAPA DA CENA MUSICAL ROCK DE CURITIBA.....	221
FIGURA 22 –	QR CODE DE ACESSO PARA O MAPA VIRTUAL DOS BARES NOS ARREDORES DA RUA TRAJANO REIS.....	233
FIGURA 23 –	QR CODE DE ACESSO PARA A IMAGEM SEATTLE BRASILEIRA.....	234



FIGURA 24 – “BA DUM TSS” .....	248
FIGURA 25 – QR CODE DE ACESSO O FLYER DO FESTIVAL AUTORAL NÃO PAGA CONTA.....	255
FIGURA 26 – QR CODE DE ACESSO PARA EXEMPLOS DE RELAÇÕES DE ESPAÇO SIMBÓLICO-EXPRESSIVO.....	256
FIGURA 27 – NOTA DE REPÚDIO DA OMB EM 05 DE AGOSTO DE 2019.....	258
FIGURA 28 – PIRÂMIDE ESTRUTURAL DA CADEIA PRODUTIVA.....	267
FIGURA 29 – EVENTCARD ZÉ RODRIGO.....	269

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – TOTAL GERAL DE PESQUISAS SOBRE CENA MUSICAL.....	35
GRÁFICO 2 – QUANTIDADE DE PESQUISAS CONFORME GRANDE ÁREA DE CONHECIMENTO .....	37
GRÁFICO 3 – QUANTIDADE DE PESQUISAS POR ÁREA DE CONHECIMENTO....	38
GRÁFICO 4 – CONSUMO X PASSAGEM DO TEMPO EM BARES DE CURITIBA.....	76
GRÁFICO 5 – PERGUNTA QUE DAVA ACESSO AO QUESTIONÁRIO.....	163
GRÁFICO 6 – DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO DOS MÚSICOS.....	166
GRÁFICO 7 – DISTRIBUIÇÃO POR FAIXA ETÁRIA DOS MÚSICOS ATUANTES EM CURITIBA .....	167
GRÁFICO 8 – DISTRIBUIÇÃO POR ESCOLARIDADE DOS MÚSICOS ATUANTES EM CURITIBA.....	168
GRÁFICO 9 – PARTICIPAÇÃO DA ATUAÇÃO NO CENÁRIO NA RENDA DOS MÚSICOS.....	169
GRÁFICO 10 – INSTRUMENTOS MÚSICAIS MAIS TOCADOS PELOS MÚSICOS EM CURITIBA .....	171
GRÁFICO 11 – DISTRIBUIÇÃO DO TEMPO MÉDIO DE ATUAÇÃO DOS MÚSICOS EM CURITIBA.....	172
GRÁFICO 12 – ESPAÇOS UTILIZADOS PARA APRESENTAÇÕES MÚSICAIS NA CIDADE DE CURITIBA .....	174
GRÁFICO 13 – REGIÕES EM QUE OS MÚSICOS CURITIBANOS SE APRESENTAM OU JÁ SE APRESENTARAM.....	174
GRÁFICO 14 – SATISFAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE MÚSICA COM OS EVENTOS PÚBLICOS E FESTIVAIS PROMOVIDOS EM CURITIBA.....	176
GRÁFICO 15 – MÉDIA DE CACHÊS RECEBIDOS INDIVIDUALMENTE.....	178
GRÁFICO 16 – MÉDIA DE QUANTIDADE DE APRESENTAÇÕES POR MÚSICO EM UM ÚNICO MÊS NA CAPITAL PARANAENSE.....	180
GRÁFICO 17 – QUANTIDADE MÉDIA DE LOCAIS DE APRESENTAÇÃO EM UM ÚNICO MÊS.....	182
GRÁFICO 18 – QUALIFICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS TÉCNICOS DISPONÍVEIS NOS LOCAIS DE APRESENTAÇÃO EM CURITIBA.....	183
GRÁFICO 19 – AUTOAVALIAÇÃO DOS PRÓPRIOS EQUIPAMENTOS TÉCNICOS DOS MÚSICOS EM CURITIBA.....	184

GRÁFICO 20 – QUANTIDADE MÉDIA DE PROJETOS MÚSICAIS EM QUE MÚSICOS ATUAM NA CAPITAL PARANAENSE.....	184
GRÁFICO 21 – ESTILOS MÚSICAIS EM QUE MÚSICOS ATUAM.....	185
GRÁFICO 22 – DISTRIBUIÇÃO POR OPÇÃO DE REPERTÓRIO.....	186
GRÁFICO 23 – LOCAIS PARA APRESENTAÇÕES REMUNERADAS.....	186
GRÁFICO 24 – OPINIÕES SOBRE A EXISTÊNCIA DE IDENTIDADE NA MÚSICA PRODUZIDA EM CURITIBA.....	189
GRÁFICO 25 – OPINIÕES SOBRE A QUALIDADE DOS LAÇOS E AFETOS ENTRE GRUPOS MÚSICAIS.....	192
GRÁFICO 26 – OPINIÕES SOBRE A REPRESENTATIVIDADE DOS LAÇOS E AFETOS ENTRE GRUPOS MÚSICAIS E POPULAÇÃO CURITIBANA.....	194
GRÁFICO 27 – QUANTIDADE DE PÚBLICO MÉDIA POR APRESENTAÇÃO.....	196
GRÁFICO 28 – ESPAÇOS MIDIÁTICOS EM QUE MÚSICOS DECLARARAM JÁ TER SE APRESENTADO EM CURITIBA.....	197
GRÁFICO 29 – OPINIÕES SOBRE A NECESSIDADE DE MÍDIAS SOCIAIS PARA COMERCIALIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES MÚSICAIS.....	198
GRÁFICO 30 – PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS MAIS UTILIZADAS PELOS MÚSICOS EM CURITIBA.....	201
GRÁFICO 31 – OPINIÕES SOBRE A UTILIZAÇÃO DE POSTAGENS PATROCINADAS EM REDES SOCIAIS POR MÚSICOS CURITIBANOS.....	203
GRÁFICO 32 – OPINIÕES SOBRE O RETORNO DE POSTAGENS PATROCINADAS EM REDES SOCIAIS POR MÚSICOS CURITIBANOS.....	204
GRÁFICO 33 – A INTERFERÊNCIA DO USO DE PLATAFORMAS DIGITAIS NOS RELACIONAMENTOS ENTRE GRUPOS MÚSICAIS.....	205
GRÁFICO 34 – VALOR MÉDIO INVESTIDO EM PUBLICAÇÕES PATROCINADAS MENSALMENTE.....	206
GRÁFICO 35 – RANKING POPULACIONAL DAS REGIONAIS –2010.....	214
GRÁFICO 36 – RANKING DO RENDIMENTO NOMINAL MÉDIO MENSAL DOS DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES NAS REGIONAIS – 2010 .....	215
GRÁFICO 37 – RANKING DOS ESTABELECIMENTOS ECONÔMICOS FORMAIS NAS REGIONAIS EM CURITIBA – 2015.....	216

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 –	ÁREA E DENSIDADE DEMOGRÁFICA DAS REGIONAIS – 2010.....	215
TABELA 2 –	DADOS QUANTITATIVOS DO MAPA DA CENA ROCK DE CURITIBA SEGUNDO A ETNOGRAFIA.....	222

## LISTA DE SIGLAS

ABERT –	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
ABET –	Associação Brasileira de Etnomusicologia
CAPES –	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
EMBAP –	Escola de Música e Belas Artes do Paraná
ETFPR –	Escola Técnica Federal do Paraná
FAP –	Faculdade de Artes do Paraná
FCC –	Fundação Cultural de Curitiba
IBGE –	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPPUC –	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
MUSIN –	Museu do Som Independente
OMB –	Ordem dos Músicos do Brasil
PUCPR –	Pontifícia Universidade Católica do Paraná
PMC –	Prefeitura Municipal de Curitiba
SMF –	Secretaria Municipal de Finanças
UFPR –	Universidade Federal do Paraná
URBS –	Urbanização de Curitiba S/A

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>20</b>
1.1	CONTEXTO PESSOAL.....	20
1.2	APRESENTAÇÃO DO TEMA .....	25
1.3	JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA E RELEVÂNCIA.....	28
1.4	PROBLEMAS E OBJETIVOS.....	30
1.5	VISÃO GERAL DO TRABALHO.....	32
<b>2</b>	<b>CONTEXTUALIZAÇÃO – ESTADO DA ARTE.....</b>	<b>35</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>41</b>
3.1	MÉTODOS .....	41
3.1.1	Revisão Bibliográfica.....	41
3.1.2	Levantamento de macroambiente: questionário.....	43
3.1.3	Etnografia.....	50
3.1.4	Levantamento de microambiente: cartografia das regiões sociais da cena musical rock de Curitiba.....	54
3.1.5	Pesquisa qualitativa: entrevistas.....	58
3.2	MATERIAIS.....	60
<b>4</b>	<b>DESCRIÇÃO ETNOGRÁFICA.....</b>	<b>62</b>
4.1	CURITIBA – A “SEATTLE BRASILEIRA”?.....	62
4.2	DUALISMOS NA CENA ROCK.....	66
4.3	LOCAIS.....	70
4.4	DINÂMICAS ENTRE PÚBLICO, GRUPOS E ESTABELECIMENTOS.....	72
4.5	GRUPOS MUSICAIS, PÚBLICO, REPERTÓRIO E APRESENTAÇÕES.....	76
4.6	RIVALIDADES E ALIANÇAS.....	81
<b>5</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>90</b>
5.1	CENA MUSICAL.....	90
5.1.1	Cena musical: entretenimento e conflito.....	90
5.1.2	Local versus global.....	92
5.1.3	Críticas ao termo: flexibilidade, ordem e caos.....	94
5.1.4	Cena e política.....	97
5.1.5	O carácter disruptivo das cenas.....	98
5.1.6	Lógicas de mudanças: lógica de campo; social; de movimentos circunstanciais.....	98
5.1.7	Gênero musical e cena.....	102

5.1.8	Cena musical e o Século XXI.....	108
5.2	CENAS HUMANAMENTE ORGANIZADAS – HABITUS.....	112
5.2.1	Etnomusicologia: música para que?.....	113
5.2.2	Usos e funções da música.....	115
5.2.3	A indústria cultural e o impacto na relação do indivíduo com os bens culturais.....	119
5.2.4	Críticas sobre decadência do gosto musical.....	120
5.2.5	Música e entretenimento: regressão da audição e fetichismo.....	122
5.2.6	Comunidades de prática: identidade, alianças e afetos.....	123
5.3	ESPAÇO - LOCUS.....	128
5.3.1	Espaço e cena musical.....	128
5.3.2	Circuitos e cenas.....	130
5.3.3	Espaço, território, lugar e não-lugar.....	132
5.3.4	Territorialidades.....	135
5.3.5	Cena musical e ciberespaço.....	137
5.4	TEMPO – HUMANAMENTE [DES]ORGANIZADO.....	141
5.4.1	Cadeia produtiva da economia da música.....	142
5.4.2	Relação indivíduo e indústria: autoral e cover, independentes e alternativos.....	143
5.4.3	Breve contextualização da indústria fonográfica brasileira entre 1970 e 2000.....	145
5.4.4	A Teoria da Cauda Longa: indústria fonográfica a partir dos anos 2000.....	150
5.4.5	Efeitos da cibercultura no séc. XXI.....	155
5.4.6	O futuro da indústria fonográfica no séc. XXI.....	156
5.5	A INTERSEÇÃO.....	159
<b>6</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	161
6.1	PROBLEMAS DA PESQUISA E OBJETIVOS (GERAL E ESPECÍFICOS) .....	161
6.2	PROCESSOS METODOLÓGICOS E OCORRÊNCIAS INESPERADAS.....	162
6.3	BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DOS RESULTADOS.....	165
6.4	ANÁLISE E DESCRIÇÃO DOS DADOS COLETADOS.....	166
6.4.1	“Questões sobre você” – perguntas onde o tema principal é o indivíduo.....	166
6.4.2	“Sobre tocar em Curitiba” – questões em que o tema principal são os espaços da cidade.....	175
6.4.3	“Música e mídia em Curitiba” – relação dos músicos com os meios de comunicação .....	197
6.4.4	Considerações finais dos músicos redigidas na pesquisa <i>online</i> .....	207
6.5	MAPAS DA CENA ROCK EM CURITIBA.....	211



6.5.1	Cartografia do macroambiente da cena musical rock de Curitiba.....	216
6.5.2	Cartografia do microambiente da cena musical rock de Curitiba.....	220
<b>7</b>	<b>DISCUSSÃO.....</b>	<b>226</b>
7.1	CENA MUSICAL ROCK CURITIBANA.....	226
7.1.1	A perspectiva dos músicos atuantes na cena rock de Curitiba.....	226
7.1.2	OMB: pior com ou sem?.....	230
7.1.3	Do local ao global.....	232
7.1.4	Maleabilidade do conceito cena musical.....	235
7.1.5	Mudanças e inércia.....	236
7.1.6	Gêneros roqueiros em Curitiba.....	243
7.1.7	Cena rock curitibana e o séc. XXI.....	245
7.2	A CENA MUSICAL ROCK E OS SEUS INDIVÍDUOS.....	247
7.2.1	Indústria cultural na cena rock de Curitiba.....	249
7.2.2	Cena rock e comunidades.....	252
7.3	A CENA MUSICAL ROCK DE CURITIBA E SEUS ESPAÇOS.....	253
7.3.1	A cartografia.....	259
7.3.2	Cena rock curitibana e o ciberespaço.....	260
7.4	ROCK EM CURITIBA E A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO LOCAL.....	263
7.4.1	Cadeia produtiva e cena rock curitibana.....	263
7.4.2	Independência e acesso ao <i>mainstream</i> .....	267
7.4.3	Músico-transmídia e a indústria em rede.....	268
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES TRANSITÓRIAS.....</b>	<b>274</b>
8.1	REFLEXÕES E [RE]DEFINIÇÕES DO CONCEITO CENA MUSICAL.....	274
8.2	ATUAÇÃO MUSICAL ROQUEIRA EM CURITIBA.....	275
8.3	ESTILO DE ROCK “BEM CURITIBANO MESMO” .....	278
8.4	ONDE ESTÃO OS LOCAIS DESTA CENA ROCK?.....	279
8.5	CENA INTERCONECTADA.....	280
8.6	A CADEIA PRODUTIVA E A FORMAÇÃO DE PLATEIA EM CURITIBA.....	281
8.7	MÚSICO-TRANSMÍDIA.....	282
8.8	INOVAÇÃO E LACUNAS NO ESTUDO DA CENA ROCK CURITIBANA.....	282
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>286</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTO PESSOAL

Antes de adentrarmos ao assunto principal deste estudo, é pertinente explicar como surgiu o interesse pelo tema desta pesquisa e a minha posição de pesquisador referente aos assuntos aqui tratados. Para isso, discorrerei um pouco sobre minha experiência com a música em Curitiba antes de ter qualquer projeto de pesquisa na Universidade Federal do Paraná (UFPR), a fim de contextualizar o trabalho.

Em 2005, quando comecei a estudar violão e guitarra, já interessado pelo gênero musical rock<sup>1</sup>, montei minha primeira banda<sup>2</sup> de garagem, chamada *Going Merry*, com o intuito de tocar sucessos de grupos como Ramones, Green Day, Nirvana, ACDC, System of a Down, Led Zeppelin, Black Sabbath, Deep Purple, entre outros conjuntos de variados estilos dentro do que se entende por rock.

A banda que montei com os colegas do ensino fundamental do colégio Dom Bosco esperava por alguma oportunidade de espaço em algum festival que a escola supostamente pudesse realizar. Tentávamos mostrar nossas performances colocando vídeos amadores, gravados com câmeras digitais rudimentares, sem nenhuma edição, nos trabalhos ou mesmo pedindo à coordenação para tocar no intervalo, porém nunca nos foi concedido espaço.

A administração do colégio alegava que o barulho iria incomodar os vizinhos e que poderiam chamar a polícia, acarretando numa possível multa para a escola, por isso era permitido trazer ao colégio apenas instrumentos acústicos, que são aqueles que não dependem de amplificação para emitirem som. A partir de então, já com 13 anos de idade, a dificuldade em conseguir espaço para música foi algo que passou a me chamar a atenção em Curitiba, a ideia de que a música incomodava a cidade passou a se cristalizar em meu imaginário.

Um pouco depois desta época, em 2008, já em outro grupo musical, chamado Brigada Sul, tivemos conhecimento de que haveria um festival realizado pela Escola Técnica Federal do Paraná (ETFPR) e que haveria a possibilidade de nos apresentarmos, pois, um dos membros do conjunto era aluno da instituição. Haveria também, uma premiação para as melhores performances. Para participar, cada grupo musical deveria vender ingressos por conta própria.

---

<sup>1</sup> Rock é o rótulo para a imensa variedade de estilos desenvolvidos a partir do rock'n'roll (SHUKER, 1999, p. 249)

<sup>2</sup> “Banda” é um termo coloquial que se refere a um conjunto de pessoas que se reúne para performar musicas, é usado exclusivamente fora do ambiente formal acadêmico, porém pelo excesso de uso pelos sujeitos dessa pesquisa, será incorporado no texto.

Vendemos em torno de 15 ingressos cada integrante, a 10 Reais<sup>3</sup> e o dinheiro era entregue para os organizadores do evento a fim de pagar os custos do festival.

Quando chegamos ao local do festival, havia muitos grupos musicais, cada qual com seus amigos e “fãs”. Percebia-se uma atmosfera competitiva decorrente da busca pela premiação no evento e, nesse ambiente, algumas fofocas passavam de músico para músico. Lembro por exemplo de um colega comentar que o integrante de outra banda havia dito em tom de sarcasmo “público não ganha festival”, dado ao fato de termos levado muitas pessoas para prestigiar nossa apresentação. Havia essas “microtensões”, por exemplo, em outro momento fomos criticados por executar músicas do *mainstream* nacional, faixas de bandas como Capital Inicial, Ira!, Lulu Santos, Jota Quest, Engenheiros do Hawaii, Titãs, entre outros.

Neste mesmo evento, por causa da pressa em deixar o palco no tempo previsto para outro grupo se apresentar, acabei esquecendo uma guitarra Giannini *Gemini Jazzmaster* no camarim e, quando retornei ao final das apresentações para reavê-la, o instrumento não estava mais lá. A guitarra Giannini quase foi furtada por um sujeito que havia também performado no festival, não fosse um conhecido nosso ter intervindo quando percebeu que a segunda guitarra carregada por um dos músicos que deixava o local, assemelhava-se com a que havíamos descrito e, assim, numa mescla de sorte e atenção, nos recuperou a Giannini.

Foi a primeira vez que subi em um palco em Curitiba, aos 15 anos de idade. Naquele concerto, que ocorreu no antigo endereço do clássico espaço *92 Graus – The Underground Pub*, no bairro São Francisco. Foram tocados pelas bandas, em suma *hits* nacionais e internacionais, com exceção do trio Terra em Transe, que além de performar alguns clássicos do rock, executou também a faixa “*Garoa e Solidão*” da banda curitibana Relespública.

Após este festival, novos questionamentos começaram a surgir. Além de me causar desconforto o fato aparente de que a música incomodava em Curitiba, a rivalidade entre os grupos me chamou a atenção naquele evento. Por que, aparentemente, os grupos eram tão apáticos e se boicotavam, além das fofocas, ao ponto de um instrumento quase ser roubado por outro músico, ao invés de ser deliberadamente devolvido num ato de camaradagem, colaboração e honestidade? Além disso, por que a responsabilidade da venda dos ingressos e angariação de plateia era passada aos próprios músicos, sendo que nenhum deles lucraria com o evento e já iriam performar sem nenhum cachê garantido? Por que achávamos isso normal? Por que a grande maioria das bandas (inclusive a minha), em um tempo livre reservado, sem nenhuma imposição de repertório, optava por executar *hits* de outros grupos já conhecidos

---

<sup>3</sup> Em valores atuais, aproximados, seria o equivalente a R\$24,00.

nacional e internacionalmente? Por que, mesmo em contato com os grandes veículos de mídia de massa locais e nacionais, interessado em rock'n'roll desde criança, só fui conhecer uma música de uma banda curitibana aos 15 anos de idade, através de outro conjunto que resolveu fazer um tributo em um festival de bandas de garagem da ETFPR num espaço *underground*<sup>4</sup> da cidade?

Entre 2009 e 2011, enquanto estudava e trabalhava em outras áreas não musicais, toquei algumas vezes em bares onde o cachê dependia exclusivamente da portaria, ou seja, uma porcentagem da arrecadação que a casa noturna cobra pela entrada de público. Dois eventos marcantes dessa época foram o festival promovido pelo músico e produtor Saulo Trada, chamado *Caminhos do Rock 4*, no antigo endereço do Hermes Bar<sup>5</sup> e um outro festival de bandas da Pontifícia Universidade Católica (PUC-PR), que foi realizado no palco da concha acústica da instituição em Maio de 2010. Não há mais registro audiovisual de minha participação nesses eventos, mas recordo que no festival da PUC-PR um dos jurados elogiou o fato do grupo Molungo, que foi o conjunto vencedor do evento, além de apresentar uma boa performance, possuir canais digitais muito bem estruturados e serem muito profissionais (na época se usava principalmente o *Myspace*<sup>6</sup>). O comentário dirigido à banda Brigada Sul, grupo em que toquei, foi apenas “vocês tocam um rock bem curitibano mesmo”.

Na época, essas experiências me trouxeram novos questionamentos: quão responsável é o músico pelos seus canais de comunicação, estratégias de divulgação e produção de material? Como conciliar os estudos musicais com a aquisição de autonomia digital suficiente para – além de aprender músicas, montar repertório, ensaiar a performance, lidar com tensões entre colegas, conseguir espaços para tocar – administrar redes digitais, produzir e editar material *online* e manipular estratégias de *marketing*? O que é ter profissionalismo no meio musical? O que seria “rock bem curitibano”, quais os parâmetros musicais e extramusicais que delineiam uma banda de “rock curitibano”? Existe, signos musicais que identificam a música de Curitiba? Como se identifica o fator “curitibano” em uma canção? Esses foram os primeiros contatos e, logo, minhas primeiras impressões e questionamentos com parte da cena musical rock de Curitiba.

A ideia de transformar em pesquisa essas inquietações sobre a cena rock da cidade veio à tona quando, após superar o terrorismo familiar que tentava me coibir a atuar em qualquer

---

<sup>4</sup> Shuker (1999, p. 79) explica que os termos cultura *underground* ou contracultura como “continuam a ser usados para designar diversos grupos e subculturas que não se integram ou que se opõe ao *mainstream* social e econômico”.

<sup>5</sup> Nesta época o Hermes Bar se localizava no endereço da Avenida Iguaçu, 2504

<sup>6</sup> Criada em 2003, já foi a rede social mais popular do mundo, oferece uma rede interativa de perfis pessoais e era amplamente utilizada como plataforma digital de portfólio musical.

outra área que não fosse a música, entre 2013 e 2014, já no segundo ano do Bacharelado em Música pela UFPR, durante um estágio no Estúdio Gramofone<sup>7</sup>, recebi o acervo do programa de rádio e TV Ciclojam para digitalizar e editar no formato digital.

O Programa Ciclojam foi idealizado e realizado pelo produtor de rádio e TV Cyro Ridal, que desde o início dos anos 1990 manteve a iniciativa de registrar grupos musicais em Curitiba. O Ciclojam surge nessa época, inicialmente, como um quadro dentro de um outro programa denominado Ciclorama, que era realizado na Faculdade de Artes do Paraná (FAP). Cyro conta em entrevista para este estudo que o Programa Ciclojam surge como embrião entre 1994 e 1995 e a partir daí se torna um programa independente do Ciclorama, passando a ser veiculado pela Rádio da Rede Educativa, um veículo de comunicação público.

O acervo que digitalizei em meu estágio no estúdio Gramofone compreende os registros dos anos de 1996 a 2005 e consiste em gravações de áudio e vídeo, com música ao vivo sendo tocada por grupos musicais de Curitiba, e seções de entrevistas com estes músicos. Como o processo de digitalização e edição precisava ser monitorado, ouvi, sem cortes, 75 fitas K7, 17 MD's, 6 CD's e assisti a 111 fitas Beta de aproximadamente 90 minutos contendo esses materiais. As seções de entrevista duravam cerca de 20 a 30 minutos cada e nelas Cyro procurava abordar questões em relação à música em Curitiba, ao cenário, aos bares, aos cachês, ao público, entre outras abordagens.

Quando me deparei com este material, todos os questionamentos que me fiz nos anos anteriores emergiram novamente. Antes disso, a minha hipótese era de que minhas experiências haviam sido casos isolados, porém com a escuta do material, principalmente a parte de entrevistas, um padrão começou a tomar forma, pois muitos músicos entrevistados por Cyro possuíam os mesmos questionamentos que eu, ou demonstravam incertezas frente às questões colocadas pelo produtor do Ciclojam.

Muitos músicos se queixavam de fatores no cenário musical curitibano que – além de terem me sido alertados pelo senso comum familiar que, com receio, me coagiam a estudar qualquer outra área do conhecimento para que não virasse um roqueiro drogado, cheio de *piercings*, tatuado, sem teto, sem renda e sem futuro<sup>8</sup> – eu havia também começado a perceber nas minhas precoces experiências musicais e extramusicais em Curitiba, que já me traziam

---

<sup>7</sup> A Gramofone, fundada em 1988, é fruto da amizade musical de Alvaro Ramos e Mara Fontoura. Em sua trajetória tornou-se além de um dos maiores estúdios de gravação da cidade de Curitiba, uma empresa com vocação para a gestão e marketing cultural. Fonte: <http://gramofone.com.br/sobre>

<sup>8</sup> Optei por demonstrar com esta anedota o autoritarismo e o preconceito que se faz presente em grande parte da sociedade curitibana em relação à música e ao artista em geral. Este assunto será abordado à frente no trabalho.

inquietação desde os 13 anos de idade, como exemplificado em meu trabalho anterior (MACAN, 2017, p. 26).

Durante 2013 comecei a atuar em uma banda *cover* do grupo de rock e pop irlandês U2 e a partir de 2016 entrei também em um *cover* do conjunto de hard rock americano Bon Jovi. Bandas *cover* têm mais resultado mercadológico não só em Curitiba, mas em toda a Região Sul do Brasil, sendo assim uma alternativa menos inviável para quem quer tornar a atuação musical um negócio rentável, o que não acontece tão frequentemente com grupos que fazem apenas música autoral.

Desde então realizei mais de 300 shows como guitarrista por grande parte do território nacional, mais de 100 cidades nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro, Bahia e também shows no Paraguai, em Ciudad del Este e Assunción. A maior parte dessas apresentações foram em Curitiba e Região Metropolitana. Nesses locais, tive a oportunidade de conversar com diversos profissionais da música, produtores, empresários, músicos, espectadores, *roadies*, técnicos de som e iluminação, entre outros. Em Curitiba dividi palco com dezenas de bandas locais, como por exemplo: Zé Rodrigo; Banda Orbital; Jack Vermouth; Relespública; Delorean; The Elder; TN-SHE; Backstage; Museos; Creedence Cover Curitiba; Heartfield; Silvermoon; Cracker Jack; Pigs And Diamonds; Electric Mob; Vivo Trio; entre muitas outras.

Ressalto estas experiências para reforçar o caráterêmico desta pesquisa, visto que, a partir delas, sou considerado um pesquisador *insider*. Como estudante membro desta cena musical, novas questões surgiram decorrentes da imersão mais ativa no campo. Por exemplo, por que bandas *cover* possuem mais propensão a conseguir oportunidades e cachês mais altos para tocar? Há em Curitiba um mercado que viabilize o músico a trabalhar somente com performance musical ao vivo? Por que se criou o paradigma de que trabalhar com música é arriscado e inviável em Curitiba? Quais os principais ambientes que compõem o cenário musical em Curitiba – casas de show, pubs, praças, bares, teatros, arenas, etc.? Atualmente o músico consegue trabalhar sem a utilização de redes sociais digitais?

Estas questões todas colocadas nos parágrafos anteriores somadas às problemáticas inacabadas de meu trabalho anterior deram início às delineações do projeto da presente pesquisa, que possibilitou desbravar ainda mais o tema e extrair mais problemas, determinar objetivos menos vagos, mais assertivos em relação às várias dinâmicas encontradas nos espaços em que se materializa a cena musical rock de Curitiba.

## 1.2 APRESENTAÇÃO DO TEMA

O assunto deste trabalho é a cena musical em torno dos fazeres musicais do gênero rock na cidade de Curitiba. O “fazer musical” neste trabalho é entendido pela perspectiva do conceito “*musicking*”<sup>9</sup> de Small (1998), em que a música é vista como um processo e não um fim, portanto o processo de “musicar” é permeado de diversos agentes sem os quais não é possível a atividade musical na cena. Com isso em mente, entende-se neste trabalho a coparticipação da rede de indivíduos com diversas funções na cena estudada como sendo fazer musical.

Por rock, entende-se, como já colocado anteriormente de forma breve, um gênero musical que surgiu a partir do rock’n’roll no início dos anos 1950, e que possui raízes profundas na música vocal de “chamado-e-resposta” africana, com harmonizações da música tradicional europeia do séx. XVIII e, mais tarde a partir de estilos como o blues, o boogie woogie e o country (SHUKER, 1999, P. 249; FRIEDLANDER, 2002, p. 23).

Não é objetivo deste estudo abordar a história do rock, nem aprofundar em definições de termos adjacentes como os gêneros citados no parágrafo anterior. No entanto, vale ressaltar que o rock surgiu nos Estados Unidos em um contexto de grande crescimento econômico pós Segunda Guerra Mundial onde se formou um terreno fértil para reflexões sobre os horrores de um passado próximo, relacionado à guerra, em relação aos desafios para o futuro aparentemente distante (SOUSA, 2007, p. 5).

Nesse sentido, o rock foi um gênero que desde seu surgimento impactou de diversas formas a sociedade da época. Duas citações de Paul Friedlander chamam a atenção logo na abertura de *Rock and Roll: Uma História Social*. A primeira, uma fala exasperada de Frank Sinatra<sup>10</sup> sobre o estilo e a segunda é uma reflexão de David Laing<sup>11</sup>.

Rock’n’Roll é a mais brutal, feia, desesperada e viciada forma de expressão que eu tive o desprazer de ouvir. Ele é escrito e cantado na maior parte por estúpidos cretinos e por meio de suas reiteraões imbecis e letras hipócritas – obscenas – na verdade sujas... o rock’n’roll consegue ser a música marcial para todo delinquente de costeletas na face da terra (SINATRA, 1958 citado por FRIEDLANDER, 2002, p. 11).

Ignorar as músicas que contém elementos discursivos estranhos (ex: política, obscenidade, sexualidade explícita) é uma das táticas que as instituições da música

<sup>9</sup> Pode se traduzir como “musicar”.

<sup>10</sup> Artista americano do séc. XX, um dos maiores ícones populares da história da música pop, recordista de vendas de discos com mais de 150 milhões de cópias vendidas em todo o mundo.

<sup>11</sup> Foi um especialista em história da música pop e rock e colaborador em pesquisas das Universidades Westminster e Liverpool.



popular utilizam para tentar manter seu domínio, pois se esses elementos forem introduzidos na música popular, eles podem ter um efeito demolidor. Quando eles são introduzidos, há procedimentos para a incorporação destes elementos externos (sejam eles ritmos, estilos de cabelo ou o significado das letras) para minimizar a ruptura que eles fariam no consumo ordenado (LAING, citado por FRIEDLANDER, 2002, p. 11).

A partir disso tem-se a noção de que o rock é um gênero muitas vezes controverso, desafiador frente a regras implícitas e explícitas da sociedade e, em suma, rebelde. Mais além, Friedlander aponta que o conteúdo mais frequente das letras são amor – ou sexo – e rebelião. O público-alvo do gênero era principalmente jovens e adolescentes. O autor explica que o “uniforme de guerra de qualquer roqueiro verdadeiro” é o jeans, camisetas e casaco de couro preto, vestimentas que nos anos 1950 eram símbolos rebeldes e nos anos 1980 se tornaram “mero padrão de moda” (2002, p. 20).

No início da década de 1950 o rock’n’roll escalou as paradas de sucesso como uma manifestação *underground* e majoritariamente negra. A guitarra elétrica foi uma inovação que começou a se destacar na instrumentação dos conjuntos musicais roqueiros pelas grandes quantidades de compassos nas músicas que começaram a ser destinadas a solos e pelas *jams* intermináveis onde os *guitar heros* tomavam a frente do conjunto para improvisar (FRIEDLANDER, 2002, p. 25).

De acordo com Bellest e Malson, o rock emprestou a instrumentação dos grupos de jazz dos anos 1950, contento pelo menos uma bateria acústica, contrabaixo, guitarra elétrica, piano e voz, embora isto seja amplamente variado. O gênero:

[...] agradou por uma evidente simplicidade, uma natureza fundamentalmente vocal, um novo espírito da canção, um aumento do volume sonoro dos amplificadores das guitarras e baixos elétricos. O ritmo tornou-se rigorosamente binário (oito colcheias iguais por compasso ouvidas constantemente ou subentendidas) – embora tenha se dividido como ritmo funk um recurso bastante próximo do recurso ternário. O compasso, concebido em 4/4 com andamentos que pouco ultrapassaram 144 batimentos por minuto (BELLEST; MALSON, 1989, p. 127).

Em matéria das qualidades da estética do rock, Bruce Baugh (1993) salienta que o rock é um gênero musical que deve ser mais sentido do que pensado. Para o autor, o rock “funciona” a partir do efeito que produz na resposta física de seus interlocutores. De acordo com o raciocínio de Baugh, três são os elementos materiais que constituem a essência do rock: ritmo, expressividade e altura. “Uma canção ruim de rock é aquela que tenta e falha ao inspirar o corpo a dançar” (BAUGH, 1993, p. 20). Se para o autor, de um lado o ritmo é o indispensável para que o rock seja, de fato, rock, a performance vocal é “o principal veículo de expressão” do gênero, ao que acrescenta:

Os padrões de performance para os vocalistas de rock têm muito pouco a ver com o virtuosismo de um cantor de ópera [...] alguns dos melhores vocalistas do rock, de Muddy Waters a Elvis ou Lennon e Joplin, são tecnicamente cantores muito ruins. [...] Nos anos 60, os modos de expressão que até então estavam unicamente associados com a voz foram assumidos, com vários níveis de realização bem-sucedida, pelos próprios instrumentos, especialmente pela guitarra. [...] Parte da intensidade da performance do rock tem a ver com um aspecto que é frequentemente usado contra ele: o forte volume ou altura da música. A altura [...] é também um veículo de expressão. Evidentemente, música muito alta provoca um efeito sobre o corpo e não apenas sobre o ouvido: você pode senti-la vibrando na cavidade do peito. Isto [...] usado adequadamente pode acrescentar-se à expressividade (BAUGH, 1993, p. 21-23).

O outro temo que compõe o assunto principal deste estudo é o conceito de cena musical (STRAW, 1991; 2006) e será vastamente percorrido na seção de fundamentação teórica dado ao seu carácter deslizante e confuso. No entanto, vale ressaltar que cena musical, resumidamente, trata-se de “espaços geograficamente específicos para a articulação de práticas musicais” (2006, p. 7). No caso deste trabalho são os espaços em que tomam forma a prática do rock e suas vertentes, conforme já delineado nos parágrafos anteriores.

Os trabalhos sobre cenas musicais referem-se a contextos urbanos em que a música ocupa a função de entretenimento. A diversidade desses trabalhos se dá decorrente do próprio carácter difuso do conceito, proporcionando estudos que relacionem cena e, por exemplo: gênero musical (CAMPOS, 2015; STRAW, 1991); gênero e sexualidade (COHEN, 1997; STRAW, 1997); movimentos sociais (OLIVEIRA, 2015); comunidades e cena (STRAW, 1991; PITRE-VÁSQUEZ; MACAN, 2019); indústria do entretenimento cultural em cidades específicas (PITRE-VÁSQUEZ; MACAN, 2017); bairros em metrópoles (PEREIRA, 2014); tecnologias digitais de produção, distribuição, comercialização e consumo (GALLETA, 2013); identidades culturais e subculturas (BISPO, 2010; FREIRE FILHO; FERNANDES, 2005); mídia e cidade (BATISTA; MONTEIRO, 2014); entre outros.

Percebe-se nos estudos sobre cenas musicais que, implícita ou explicitamente, sempre há o fazer musical e: o componente espacial urbano – o território de uma cidade específica ou de cidades polo dispersas globalmente atreladas à produção de uma preferência cultural particular em uma cena; indivíduos agentes em torno de práticas musicais e extramusicais desempenhando funções-chave em uma cena, ou que transitam entre cenas; e interações sociais, comercialização, consumo, distribuição e produção por meio de tecnologias de comunicação *on* e *offline*. Em suma, os trabalhos sobre cena musical tratam de relações entre cidade, pessoas e tecnologias de comunicação permeados pelo fazer musical.

### 1.3 JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA E RELEVÂNCIA

À frente no trabalho será explicado que existe pesquisa sobre a música em Curitiba e do Paraná. Porém os registros acadêmicos sobre cena musical em Curitiba são escassos. Isso se dá porque a abordagem da prática musical na cidade através do conceito de cena, tal como visto neste estudo, é muito específica, o que não significa que não haja estudos sobre o tema. Eles existem, porém, não utilizam a perspectiva das cenas musicais conforme proposto por Straw (1991; 2006).

Os materiais acadêmicos tratam de manifestações musicais na cidade, porém nenhum oferece a visão em torno do conceito de cena musical, desenvolvido por Straw. O estudo das cenas musicais aponta características, situa questões e oferece a compreensão de fatores históricos, sociais e econômicos que, em torno das manifestações musicais de determinado lugar, podem explicar fenômenos relacionados a identidades culturais e comportamentos locais, possibilitando maior entendimento da realidade da cidade. Com base nisso, entende-se também que a perspectiva cultural da música, assunto muito explorado pela etnomusicologia, é uma forma de se entender a relação entre indivíduo e sociedade.

Estudar cena musical permite ao pesquisador transitar e colaborar em várias áreas do saber, de Teoria Musical a Geografia, de História a Comunicação, de Antropologia a Marketing, de Urbanismo a Economia, de Sociologia a Inovação, Empreendedorismo, Administração Pública, Direito, entre outras. Cena é um conceito superprodutivo por conta da sua capacidade de proporcionar inúmeras conexões interdisciplinares. Isso se dá pelo próprio carácter deslizante do termo, o que proporciona uma abordagem muito vasta, e também possivelmente inovadora, dado às misturas intertextuais com outras áreas do conhecimento sobre o fazer musical nos espaços físicos e virtuais e suas contingências no decorrer do tempo. Em outras palavras, através do estudo de cenas musicais, as mais variáveis e não previsíveis parcerias acadêmicas podem surgir, possibilitando uma rica e dispersa produção de conhecimento.

Atualmente, há em Curitiba um aparente interesse, por parte dos profissionais de música e de cultura, em enxergar as manifestações musicais curitibanas. Fato que contrasta com os depoimentos registrados na sessão de entrevistas do programa Ciclojam entre 1996 e 2005, onde é notória a presença de queixas pelo “descaso” generalizado em relação à cena naquela época. Mesmo com o aparente interesse atual sobre a cena, o primeiro registro científico que responde se de fato há cena musical na cidade, e entre outras questões, como esta cena se caracterizava, foi o artigo *A Cena Musical em Curitiba: a partir do acervo do programa Ciclojam entre 1996 e 2005* (PITRE-VÁSQUEZ; MACAN, 2017), que une pesquisa bibliográfica a fontes primárias, preservadas pelo acervo do programa Ciclojam.

Em 2016, Cyro Ridal, em parceria com leis de incentivo, lançou o programa *Espaço Off*, o qual funciona de forma muito parecida com o Ciclojam, porém traz uma amostra atualizada dos grupos curitibanos. Em Outubro de 2017 foi publicado o livro *Sob uma fina camada de gelo: o rock autoral e a alma arredia de Curitiba* (MERCER, 2017), outra iniciativa que também surge como fonte riquíssima de conteúdos para esta pesquisa e que, coincidentemente, aborda as manifestações musicais da capital paranaense até o ano de 1996, mesmo ano em que inicia o recorte do meu trabalho anterior.

O professor Dr. Vincenzo Cambria, presidente da Associação Brasileira de Etnomusicologia (ABET) entre 2014 e 2016, escreveu em 2017 um artigo onde trata da falta da abordagem das cenas musicais por etnomusicólogos. Segundo ele, não há trabalhos de etnomusicologia com este viés, até porque, para ele, a noção do conceito de cena ainda precisa ser mais assimilada para se viabilizar como modelo metodológico. Decorrente deste apontamento, neste trabalho procurou-se testar metodologias de pesquisa com cena musical: a cartografia dessas regiões sociais, entrevistas com diferentes sujeitos da cena, a ativa etnografia como *insider* e a divisão dos temas de abordagem pelo trinômio indivíduos, espaço e tempo, como intuito de proporcionar uma melhor localização intertextual nos deslizes do uso do conceito cena musical.

Cambria conclui que há ausência de preocupação por parte dos etnomusicólogos em estudar o espaço urbano em toda sua complexidade, ressaltando que os trabalhos na área são sempre voltados à dimensões “micro”, ou “macro”, ou direcionadas a sistemas globais, mas sempre negligenciando a dimensão da cidade, ao que comenta: “o problema é que a maioria dos etnomusicólogos está simplesmente conduzindo pesquisas “na cidade” e não “da cidade”, isto é, continua “recortando” comunidades mais ou menos homogêneas e coerentes, evitando a complexidade e heterogeneidade da vida urbana” (CAMBRIA, 2017, p. 13).

No presente estudo entendemos que o papel do pesquisador está muito relacionado à organização dos assuntos. Para isso, atentando-se à crítica de Cambria, duas dinâmicas – que funcionam numa via de mão dupla – instalaram-se na lógica geral deste trabalho. De um lado, buscou-se extrair informações do macroambiente que se encaixassem e ajudassem a explicar o microambiente das cenas. De outro lado, adentrando-se no microambiente – por meio das entrevistas realizadas, os casos isolados que se repetiam em diferentes tempos e espaços, as opiniões convergentes e divergentes, as experiências de imersão no campo – procurou-se informações que ajudassem a explicar o macroambiente. No decorrer da pesquisa entendemos que a cena não está em um ou em outro desses ambientes, mas na interseção dos diversos campos que permeiam o conceito. Então, inevitavelmente, este estudo não é só uma pesquisa

de microambiente, mas leva em conta também o campo maior no qual está inserido e, por isso, evoca constantemente a lógica de duplicidade na relação entre macro e microambiente.

Desta forma, o presente estudo encontra sua relevância principalmente por oferecer uma abordagem às manifestações musicais de Curitiba, relacionando o conceito de cena musical (STRAW, 1991; 2006) e a perspectiva da Etnomusicologia (MERRIAM, 1964; RICE, 2014; BLACKING, 1974; 1995; LAPLANTINE, 2004), e procura desbravar a complexidade das relações em torno da música na cidade de Curitiba dentro do contexto atual de interação global por meio de práticas culturais em rede (LEVÝ, 2013; LEMOS, 2006; ANDERSON, 2006; JENKINS, 2009; 2014).

#### 1.4 PROBLEMAS E OBJETIVOS

Esta pesquisa partirá das problemáticas levantadas no artigo *A Cena Musical em Curitiba: a partir do acervo do programa Ciclojam entre 1996 e 2005* (PITRE-VÁSQUEZ; MACAN, 2017), as quais foram retiradas das críticas colocadas pelos próprios músicos nas entrevistas do programa de rádio e TV Ciclojam daquela época. Tais depoimentos, além de delinear os aspectos da cena musical curitibana como um todo, destacavam fatores que incomodavam os músicos da cidade.

De forma geral, as entrevistas realizadas por Cyro Ridal mostravam-se com um viés crítico ao cenário musical de Curitiba. Os grupos musicais apontavam a “falta de espaço”; “falta de união”; o “amadorismo generalizado”; “rixas entre bandas”; “cachês baixos”; “falência do mercado independente”; “dificuldade de produção e divulgação”; “dependência das *majors*”; entre outros indicativos, como argumentos de que o cenário curitibano dificultava o desenvolvimento das manifestações musicais na cidade.

A partir do ano de 2005, como bem explorado na Teoria da Cauda Longa (ANDERSON, 2006), diversas tecnologias de comunicação digital via rede, em conjunto com o barateamento dos equipamentos de produção e com maior acesso à banda larga de internet, surgiram como supostas alternativas para o escoamento das produções e supostos catalizadores na ligação entre oferta e demanda no meio musical. Neste sentido, a hipótese colocada nesta pesquisa é de que o uso de tais tecnologias, por parte dos profissionais de música, favoreceu o desenvolvimento das manifestações musicais na cidade após o ano de 2005 e contribuiu para amenizar aqueles problemas citados pelos músicos na sessão de entrevistas do programa Ciclojam de 1996 a 2005.

Uma das principais críticas por parte dos profissionais de música era a falta de espaços físicos na cidade para os grupos se apresentarem, o que dificultava o trabalho do músico ficar em evidência. Com as tecnologias digitais online após 2005, a criação de espaços virtuais para a alocação de material produzido pelos grupos curitibanos pode ter sido uma solução parcial ao problema da falta de espaço que, seguindo este raciocínio, era um dos principais fatores que contribuía ao anonimato destes profissionais. Junto a isso, o desenvolvimento de buscadores, *softwares* de recomendação e filtros podem ter solucionado a dificuldade dos grupos musicais em encontrar público engajado e contratantes para seus trabalhos, diminuindo o “isolamento de Curitiba” do resto do país.

A “falta de união” e afetos na cena musical curitibana entre 1996 e 2005 pode ser decorrente de uma competição entre os músicos por espaço no cenário da cidade. Sendo assim, é possível que o uso daquelas tecnologias tenha possibilitado amenizar e incentivar a criação de laços entre artistas curitibanos após o ano de 2005. De modo geral, acredita-se previamente que o uso de tais adventos tecnológicos possibilitou um maior florescimento da manifestação musical em Curitiba e, sendo assim, catalisou a profissionalização e união dos músicos da cidade, alterando aquele paradigma colocado pelos indivíduos nas sessões de entrevistas concedidas a Cyro Ridal nas edições do programa de rádio e TV Ciclojam.

Utilizando a perspectiva da Etnomusicologia, este estudo tem como objetivo geral investigar se o uso das tecnologias desenvolvidas após 2005, Youtube, Facebook, Instagram, entre outras, alterou o paradigma da cena musical curitibana, conforme registrado na sessão de entrevistas do acervo do programa de rádio Ciclojam e pesquisado previamente no artigo *A Cena Musical em Curitiba: a partir do acervo do programa Ciclojam entre 1996 e 2005* (PITRE-VÁSQUEZ, MACAN; 2017). Em outras palavras, busca-se entender se o padrão deixado pela problemática levantada no estudo anterior foi alterado e, se sim, como ocorreu a alteração.

Os objetivos específicos da presente pesquisa são: investigar em que medida o uso das tecnologias digitais interferiu, contribuiu ou não, na solução dos problemas levantados naquelas críticas colocadas pelos músicos curitibanos no período entre 1996 e 2005; discurrir se, como e em que sentido o uso dessas tecnologias digitais desenvolvidas a partir de 2005 alterou as relações entre grupos musicais, público e contratantes na cidade de Curitiba; desbravar novas problemáticas em torno da utilização de tais mídias digitais em torno do cenário musical curitibano; propor uma abordagem sobre o conceito de cena musical relacionando-o ao trinômio indivíduo, espaço e tempo; cartografar a cena musical rock de Curitiba; atualizar dados sobre a realidade das manifestações musicais da cena rock estudada.

## 1.5 VISÃO GERAL DO TRABALHO

O texto deste trabalho está dividido em sete partes: 1 Introdução; 2 Contextualização; 3 Metodologia; 4 Descrição Etnográfica; 5 Fundamentação Teórica; 6 Resultados; 7 Discussão; 8 Considerações Transitórias.

No capítulo 1 procurei explicar o contexto pessoal que motivou a realização desta pesquisa, apresentar brevemente o tema central do texto, justificar a escolha e relevância do estudo, problematizar e discorrer sobre os objetivos do estudo e, por fim, explicar como o trabalho está organizado.

No capítulo 2 foi realizada uma pesquisa no banco de dados de dissertações e teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) com base no trabalho de Luciano Candemil (2019). Neste capítulo foi discorrido sobre o panorama das pesquisas de pós-graduação em que o tema central é cena musical. Além disso, numa segunda seção, procurou-se apresentar alguns trabalhos sobre cenas musicais em diferentes abordagens. O objetivo do capítulo 2 deste texto é situar o presente estudo entre os demais estudos da área.

O capítulo de metodologia trata da organização dos métodos de coleta de dados empregada no estudo. Utilizou-se revisão bibliográfica como método de levantamento de estudos prévios, levantamento de macroambiente a partir de um questionário, entrevistas presenciais com profissionais de diversos segmentos dentro da cena musical de Curitiba como método de coleta de dados qualitativos de microambiente (ACEVEDO; NORRARA, 2013), etnografia como método de coleta de dados de micro e macroambiente (LAPLANTINE, 2004); autoetnografia (REED-DANAHAY, 1997) e netnografia (KOZINETTS, 2014); e, por fim, uma cartografia das regiões sociais da cena musical rock de Curitiba (MAZER, 2017).

Foi criado um capítulo direcionado apenas para a descrição etnográfica em que, seguindo os métodos de etnografia, netnografia e autoetnografia, redigi os resultados das minhas observações de campo no âmbito presencial e digital com a constante reflexão autoetnográfica, sobretudo levando em conta as bases metodológicas, cultural e de conteúdo, que estruturam a perspectiva crítica daquilo que é descrito na pesquisa científica a fim de evitar equívocos ao tratar como natural aquilo que é cultural.

O capítulo de fundamentação teórica é dividido em cinco partes: cena musical; indivíduos; espaços; tempo; interseção. Na primeira seção, discorre-se a fundo o conceito de cena musical (STRAW, 1991; 2006; JANOTTI JUNIOR, 2012; PEREIRA DE SÁ, 2011; 2013). São abordados temas relacionados ao entretenimento e conflito, dimensão local e global das cenas, a flexibilidade do uso do termo, cena e política, o carácter disruptivo das cenas, tipos



de rupturas nas lógicas em que as cenas se articulam, mudanças e fixações de práticas nas cenas musicais, a relação de cena com gênero musical e apontamentos para o estudo de cenas musicais no contexto atual.

A seguir, argumenta-se sobre o papel da Etnomusicologia (RICE, 2014), os usos e funções da música sob a perspectiva do etnomusicólogo (MERRIAM, 1964; BLACKING, 1995; 1974), a influência da indústria cultural nos usos da música na cena musical, sobretudo no entretenimento (ADORNO, 1996) e, por fim, aborda-se o conceito de comunidades de prática visando diferenciá-lo do conceito de cena e entende-lo como uma parte circunscrita às cenas (WENGER, 1998).

Na seção sobre espaços e cena musicais são abordadas as diferenças conceituais entre espaço, território (VERGARA, 2013), territorialidades, territorialidades sônico-musicais, (HERSCHMANN, 2013), lugares e não-lugares (AUGÉ, 2008) e ciberespaço (LEVÝ, 2014). Buscou-se contrapor a aplicação dos conceitos em relação aos seus possíveis usos no estudo de cenas musicais.

Durante a seção que trata das temporalidades envolvendo o termo cena musical, abordou-se principalmente a relação das mudanças tecnológicas, decorrentes de inovações da indústria, com a passagem do tempo. Tomou-se como princípio de que a noção do tempo na modernidade é afetada pela constante e incerta mudança proporcionada pela indústria e avanço das tecnologias na vivência dos indivíduos e, por consequência, nas cenas musicais (BAUMAN, 2001). A partir disso, nomeou-se “tempo” a seção dedicada às inovações tecnológicas e à indústria. Neste subcapítulo abordamos a relação do indivíduo com a indústria e os posicionamentos *cover* e autoral, independentes e alternativos. É feita uma breve contextualização sobre a história da indústria fonográfica e as mudanças que foram acarretando em sua configuração atual com os efeitos da cibercultura (LEVÝ, 2014; ANDERSON, 2006, DE MARCHI, 2016).

Por fim, o subcapítulo denominado “interseção” apresenta um diagrama conceitual a fim de proporcionar uma visão cartesiana da distribuição dos principais conceitos apresentados no corpo do texto e reforça a produtividade no estudo de cenas musicais com a colaboração de outras áreas do saber e seu potencial inovador.

Durante a seção de resultados, apresentou-se na mesma ordem colocada pelo capítulo anterior, os dados coletados. Neste capítulo é mencionado novamente o problema da pesquisa, apresenta-se as estatísticas descritivas resultantes dos métodos quantitativos, descreve-se comportamentos apresentados pelos métodos qualitativos, mostra-se gráficos, tabelas e, sem poupar espaço, dá-se “voz” aos sujeitos desta pesquisa. É importante ressaltar que a principal

fonte de dados são os sujeitos e suas experiências musicais e extramusicais, por isso a transcrição de entrevistas foi explorada exhaustivamente. Durante a apresentação dos dados foi antecipado também, moderadamente, algumas análises, que foram mais reservadas ao capítulo de discussão.

Na seção de discussão acontecem as análises de dados e o cruzamento dessas informações com a pesquisa bibliográfica. Neste capítulo realizei a interpretação dos dados coletados e os comparei com algumas discussões de trabalhos semelhantes. Busquei analisar criticamente os dados coletados utilizando a estrutura teórica previamente apresentada. Inevitavelmente, algumas conclusões sobre o fazer musical rock em Curitiba emergem deste capítulo, antecipando assim o consequente. Algumas tendências e generalizações, hipóteses e novas questões foram apontadas.

Os principais tópicos do capítulo 7 de conclusão são comparações entre os resultados e hipóteses. Neste estudo, ao contrário do que imaginei ao início do projeto, surgiram mais discordâncias do que comprovações de hipóteses, o que, de certo modo, satisfaz ainda mais as pretensões deste estudo devido às surpresas encontradas. Neste capítulo reafirmo que o trabalho alcançou os objetivos propostos e, além disso, deixou novas questões em aberto por meio da análise de fatos verificados no estudo em relação à revisão crítica da literatura. Ao fim, argumento e lanço algumas hipóteses sobre a cena musical rock e a indústria da música na cidade de Curitiba. Nas conclusões transitórias também relembro o leitor das sugestões para trabalhos futuros.

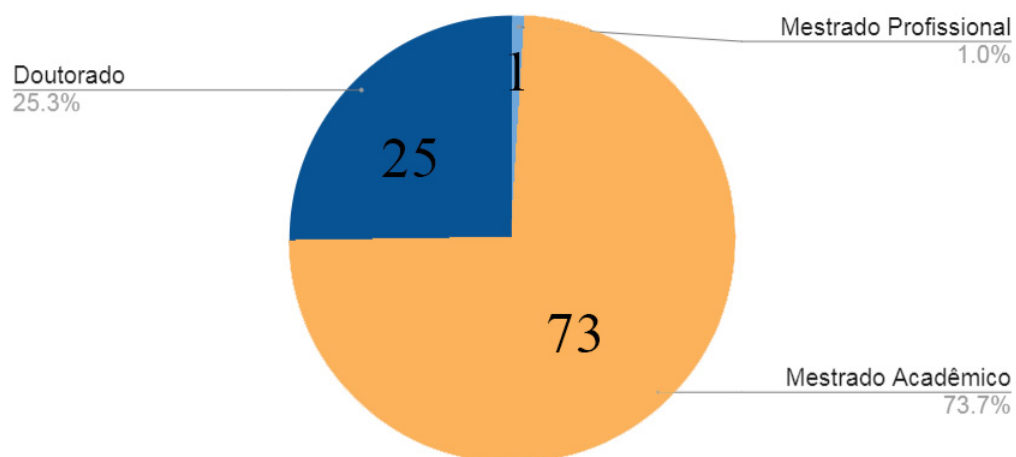
## 2 CONTEXTUALIZAÇÃO – ESTADO DA ARTE

Aos moldes de Candemil (2019), no que se refere ao recorte dado por este trabalho, o objetivo deste capítulo é situar a presente pesquisa em comparação com outras sobre cenas musicais e verificar de que maneira a pós-graduação brasileira tem direcionado seus estudos para o assunto. Embasando-se em uma plataforma oficial, o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, buscou-se identificar de forma quantitativa qual a dimensão da pesquisa acadêmica brasileira em relação ao tema do estudo. Para isso, não será levado em conta produções como trabalhos de conclusão de curso, livros ou artigos que contemplem o tema, serão levantadas apenas dissertações e teses.

Como já explicado anteriormente, cena musical é um conceito deslizando, não apenas no sentido das atribuições a ele significadas, mas deslizando no que diz respeito à sua capacidade de “escorregar” por outras áreas do conhecimento, assim entendo. Por isso, além dos trabalhos acadêmicos da área da Música, produções de outras áreas de conhecimento, como Artes, História, Antropologia, Sociologia, Geografia e Comunicação foram também contempladas.

A palavra-chave utilizada na pesquisa pelo Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES foi, de início, apenas “cena musical”. O termo foi isolado por aspas na busca dentro catálogo como medida técnica para que o *software* do buscador entendesse que as duas palavras, “cena” e “musical”, compreendem um único termo. A partir disso, 99 resultados foram alcançados pelo buscador, dividindo-se entre uma dissertação de mestrado profissional, 73 de mestrado acadêmico e 25 de doutorado relacionados com “cena musical”. Nos gráficos a seguir, foi destacado com a cor amarelada as informações em que se enquadra o presente estudo.

GRÁFICO 1 – TOTAL GERAL DE PESQUISAS SOBRE CENA MUSICAL



FONTE: Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES

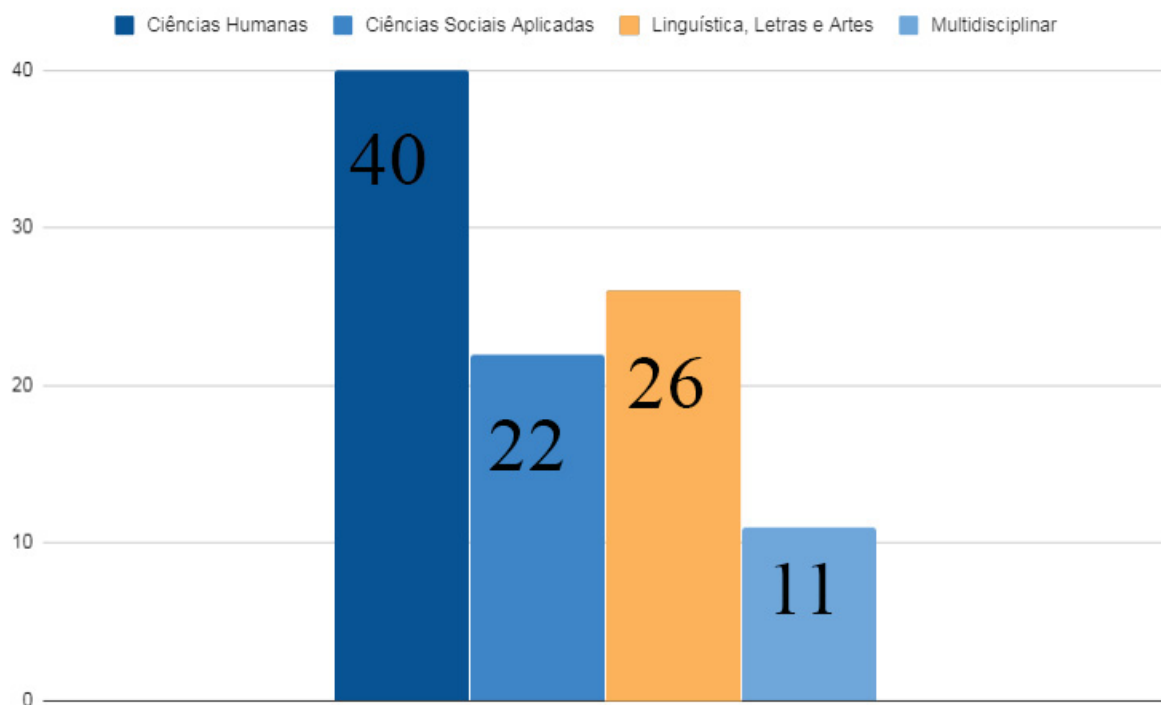
Feito isso, através da leitura dos resumos e referências dos trabalhos sobre “cena musical” dispostos no site da CAPES, foram levantados trabalhos que tivessem possíveis interseções com o presente estudo. Sobre cena musical e gêneros musicais, encontra-se estudos abordando os seguintes gêneros: rock, heavy metal, pop, reggae, choro, música eletrônica, punk, música alternativa; indie; soul; sambajazz; house; techno; rap; música sertaneja; blues; MPB; funk; funk ostentação; cumbia; trance, música experimental; música instrumental; pagode baiano.

Outros temas muito abordados nos trabalhos foram cena e: gênero e sexualidade; moda; identidades; identidade musical; corpo e dança; performance; neotribos; contracultura; racismo e hegemonia; juventude; uso de substâncias psicoativas; mercado; tecnologias de comunicação digital; grupos independentes; digitalização da música; mídia; internet; carreira nas cenas locais; indústria fonográfica brasileira; estratégias de comunicação; broadcasting; consumismo; consumo; imprensa; cibercultura; produção musical; ressignificação de espaços na cidade; historicidade local; cartografias de cenas musicais; política.

Mais além, a CAPES oferece recursos para refinarmos a busca por nível de pesquisa, mestrado acadêmico, mestrado profissional ou doutorado; ano de publicação; autor; orientador; banca; grande área de conhecimento; área de conhecimento; área de avaliação; área de concentração; nome do programa; instituição e biblioteca, nessa ordem. Dado o reduzido número de pesquisas encontradas e, como o objetivo deste capítulo de contextualização é situar os trabalhos que tratam do conceito de cena musical dentro de programas de pós-graduação de Música, utilizei apenas os filtros: grande área de conhecimento; área de conhecimento; e, para ter uma breve noção geográfica de onde realizaram-se esses trabalhos, utilizei também o filtro por instituição. Como 99 trabalhos é uma quantidade relativamente fácil de analisar qualitativamente em relação às abordagens, não foi necessário refinar mais a busca.

Analisando o filtro por grande área de conhecimento, as pesquisas sobre cena musical dividiram-se em quatro principais áreas: Ciências Humanas; Ciências Sociais Aplicadas; Linguística, Letras e Artes; e Multidisciplinar. As 99 pesquisas sobre cena musical do banco de dados da CAPES distribuíram-se da seguinte forma: 40 estudos dentro da grande área Ciências Humanas; 22 estudos em Ciências Sociais Aplicadas; 26 estudos em Linguística, Letras e Artes; e 11 trabalhos multidisciplinares.

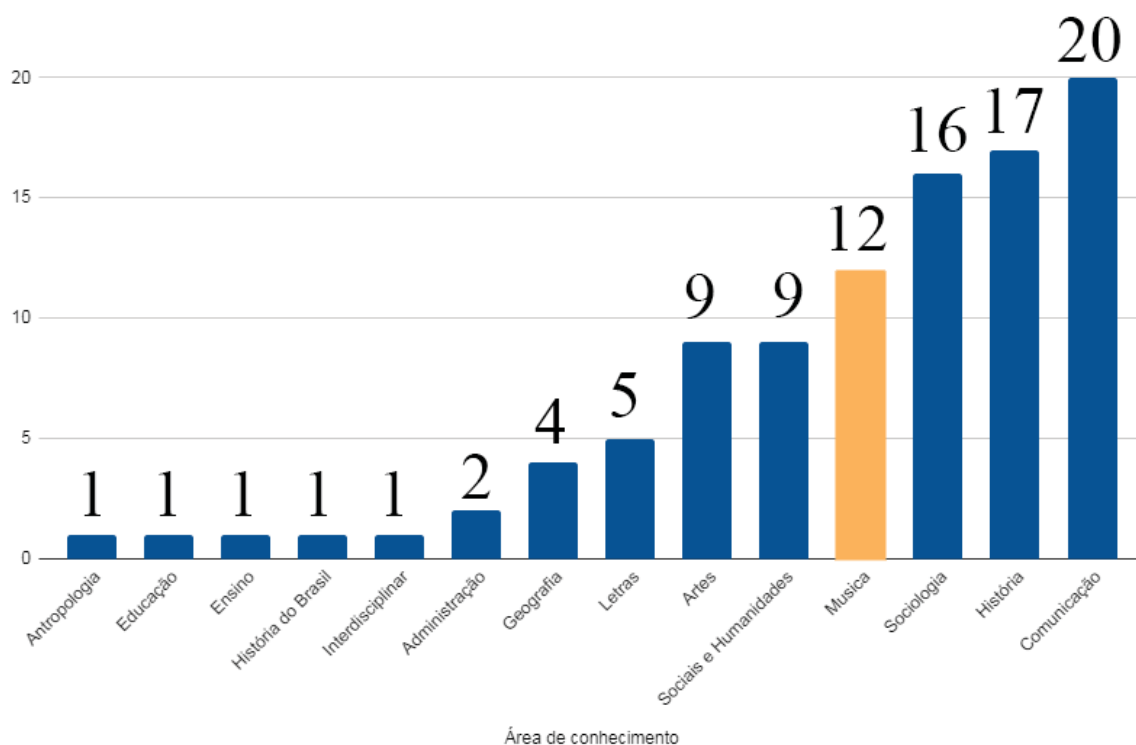
GRÁFICO 2 – QUANTIDADE DE PESQUISAS CONFORME GRANDE ÁREA DE CONHECIMENTO



FONTE: Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES

A seguir utilizei o segundo filtro, por área de conhecimento, que mostrou os trabalhos sobre cena musical distribuídos em 14 áreas menores. As áreas de Antropologia, Educação, Ensino, História do Brasil e Interdisciplinar tiveram apenas um trabalho cada. Administração possui dois trabalhos. A área de Geografia possui quatro pesquisas em cena musical. Letras possui cinco. Artes e Sociais e Humanidades possuem nove estudos cada. A área de Música possui doze pesquisas nesse campo. Sociologia possui 16, História contempla 17 e a área com maior número de estudos sobre cenas musicais é Comunicação, com 20.

GRÁFICO 3 – QUANTIDADE DE PESQUISAS POR ÁREA DE CONHECIMENTO



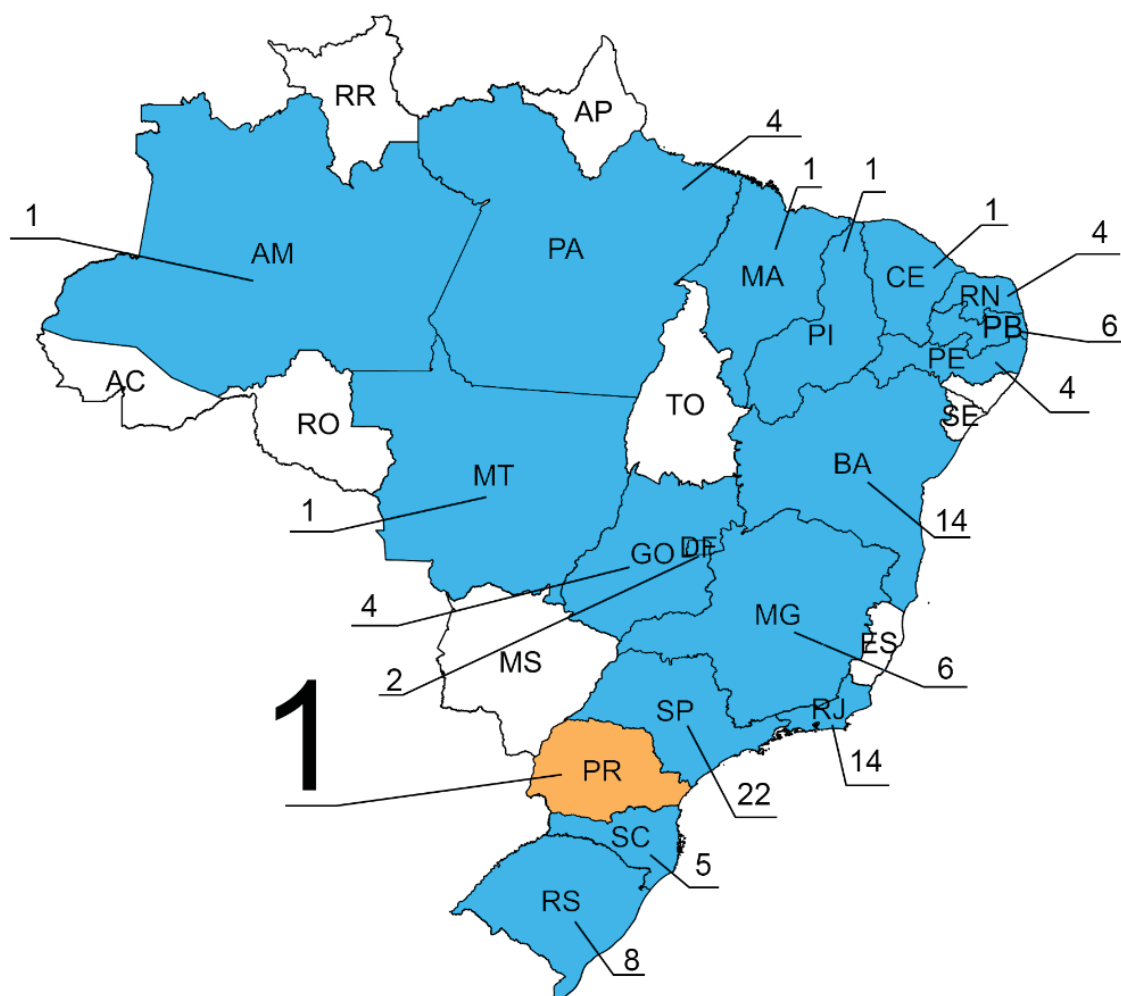
FONTE: Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES

Segundo os dados da CAPES, existem até então 12 trabalhos sobre cenas musicais na área de Música. Três deles são de doutorado e nove são de mestrado. Todos são dentro da área de concentração de Musicologia e Etnomusicologia, a qual também contempla o âmbito deste estudo. Dentro desta área não há trabalhos sobre cena musical rock. Os gêneros musicais estudados em cenas musicais por etnomusicólogos no Brasil, segundo a CAPES, são: choro (AZEVEDO, 2017; RIBEIRO, 2009); blues (DEFFACI, 2015; PEREIRA, 2014); música popular (BATISTA, 2009; ARAÚJO, 2015); música instrumental (BONFIM, 2014); pagode baiano (LOPES, 2015); frevo (SILVA, 2009); música experimental (BRANDÃO, 2018); tecnobrega (AMARAL, 2009); e música instrumental nordestina (VALERIANO, 2018). Sendo assim, dos programas de pós-graduação brasileiros, o presente estudo é o primeiro trabalho de Etnomusicologia que trata sobre cena musical no âmbito do rock.

Como o número de pesquisas encontradas pelo filtro “cena musical” em programas de Música foi relativamente pequeno, retornei a pesquisa para o nível inicial, sem utilizar nenhum filtro específico por grande área de conhecimento. O intuito desse procedimento foi mapear por estado brasileiro a quantidade de pesquisas relacionadas ao conceito de cena.

Segundo o catálogo da CAPES, o estado brasileiro com o maior número de pesquisas sobre cenas musicais foi São Paulo (SP), com 22 estudos. Bahia (BA) e Rio de Janeiro (RJ) possuem cada um 14 pesquisas sobre o tema. O Rio Grande do Sul (RS) contempla oito trabalhos neste assunto. Paraíba (PB) e Minas Gerais (MG) têm seis cada um. Santa Catarina (SC) possui cinco estudos de pós-graduação envolvendo o estudo de cena musical. Rio Grande do Norte (RN), Pernambuco (PE), Pará (PA) e Goiás (GO) possuem quatro trabalhos cada um. No Distrito Federal (DF) apresentam-se 2 trabalhos. No Piauí (PI), Paraná (PR), Mato Grosso (MT), Maranhão (MA), Amazonas (AM) e Ceará (CE) encontrou-se apenas um trabalho em cada um. Os demais estados não apresentaram nenhum trabalho.

FIGURA 1 – DISTRIBUIÇÃO DAS PESQUISAS DE PÓS-GRADUAÇÃO SOBRE CENAS MUSICAIS



FONTE: Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES

Não se encontrou nenhum trabalho sobre cena musical em Curitiba-PR. Após um levantamento qualitativo a respeito do conteúdo dos trabalhos, notou-se que o único estudo de pós-graduação, levantado pelo Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES no Paraná, cujo



buscador do site identificou como sendo a respeito de cenas musicais, na verdade, é uma pesquisa de doutorado na área de jornalismo com o enfoque em fotojornalismo em que o autor Rafael Schoenherr (2017) busca responder de que modo as fotografias inscrevem a música na paisagem cultural urbana da cidade de Ponta Grossa-PR. Uma pesquisa sobre as referências do autor também demonstrou que não haviam interseções temáticas com o assunto abordado aqui, o que leva-nos a concluir que o único trabalho de pós-graduação sobre cenas musicais no Paraná é o presente estudo, além de ser o primeiro sobre cena musical em Curitiba a nível de pós-graduação.

Outro dado que interessa a este trabalho, visando possíveis estudos futuros, é que, segundo a CAPES, não existe ainda nenhuma pesquisa sobre cenas musicais e inovação no Brasil. Uma pesquisa breve no catálogo de teses e dissertações da CAPES no revela que os trabalhos sobre música e inovação tratam, principalmente, de eventos históricos relacionados à práticas instrumentais ou composicionais, ou de inovações no âmbito da educação musical, que são a maior parte desses estudos.

### 3 METODOLOGIA

Segundo Acevedo e Norrara (2013, p. 70), a presente pesquisa encontra-se a nível descritivo pois descreve as características de um grupo, estima-se a proporção dos elementos da cena musical em questão, apresentando assim características de interesse para os pesquisadores da área e, por fim, oferece uma compreensão sobre as relações entre “os constructos dos fenômenos envolvidos”.

Os delineamentos de pesquisa, que segundo as autoras, envolvem as tomadas de decisões metodológicas para coleta de dados foram: (1) a pesquisa bibliográfica, parte essencial de qualquer trabalho científico, que consiste na busca de respaldo teórico prévio. Para este estudo, seguindo a tradição etnomusicológica de privilegiar os agentes humanos envolvidos na pesquisa, optou-se por utilizar algumas partes das entrevistas realizadas na etnografia como ilustração dos dados teóricos, principalmente a fim de humanizar estes dados e trazer ao leitor situações reais complementares à teoria; dois levantamentos a nível descritivo, que tratam-se de um processos para coletar informações quantitativas, utilizado em macro e microambiente, foram: (2) um questionário com 30 questões disponibilizado em meio virtual, que foi criado com o propósito de descobrir incidências relativas, distribuições e interrelações entre variáveis – macroambiente; (3) a elaboração de um mapa dos bares e demais instituições que são, literalmente, palco para as manifestações musicais que permeiam a cena musical rock da cidade. A pesquisa etnográfica (4), “pesquisa naturalística ou de campo”, que visa investigar os indivíduos em seu comportamento natural, sistematizada em três partes: etnografia, autoetnografia e netnografia. Neste trabalho, apliquei uma constante etnografia na cena musical rock de Curitiba, a qual vivencio cotidianamente como músico atuante. E por meio de (5) entrevistas com indivíduos os quais selecionei sob um critério estratégico, de acordo com a atuação de cada um deles na cena aqui estudada, que se enquadra como pesquisa qualitativa ou interpretativa, aplicada em conjunto com a etnografia e com o levantamento de macroambiente proposto no questionário em meio *online* (ACEVEDO; NORRARA, 2013, p. 72-79).

#### 3.1 MÉTODOS

##### 3.1.1 Revisão Bibliográfica

O tema principal deste estudo são cenas musicais. Para dar conta de explicar o que são estes fenômenos, foi revisado os principais textos do principal teórico na área, Will Straw da

Universidade McGill. Junto a Straw destacam-se trabalhos de alguns teóricos brasileiros, Jeder Janotti Junior, Simone Pereira de Sá e Michael Herschmann, os quais utilizei como ponte para o conceito de cena musical e também para aprofundar conceitos periféricos. Dentro deste escopo, os principais pontos abordados foram: cena musical; entretenimento e conflito; local versus global; cena e política; o carácter disruptivo das cenas; lógicas de mudança; gênero musical e cena; cena musical e o século XXI.

Ao pensar o termo Cena Musical durante as orientações com o Professor Dr. Edwin Pitre-Vásquez, surgiu a ideia de desmembrar o campo em três conjuntos principais, que de acordo com a própria bibliografia estudada nos pareceu pertinente, são eles: indivíduos, espaço e temporalidades. A proposta foi buscar interseções entre essas perspectivas diferentes dentro do tema maior, que no caso, é Cena Musical, mas não excluindo a possibilidade de determinados assuntos se expandirem para uma ou outra perspectiva também, como já explicado anteriormente. Então, a separação em esferas teve o intuito principal de organizar a abordagem do estudo e oferecer, primeiramente, três visões diferentes para conceitos periféricos que envolvem a compreensão do termo Cena Musical.

Com o delineamento dessas três esferas, foi criado um Diagrama de Venn. A intenção deste gráfico é aproximar a noção de cena musical das três perspectivas oferecidas por meio de uma visualização cartesiana, para facilitar também ao leitor uma compreensão da organização do capítulo de fundamentação teórica. Houve o cuidado em explicar que esses conjuntos não são estáticos, é preciso pensar estes conceitos como se as esferas ali dispostas estivessem em constante movimentação e não estáticas como o desenho pode sugerir.

Como o presente estudo encontra-se na área de Etnomusicologia, foi dada a prioridade para que conceitos desta área aparecessem logo após a conceitualização em torno de Cena Musical, no segundo tópico do capítulo de fundamentação teórica, denominado “Indivíduos”. O subcapítulo discorre sobre os papéis inerentes à Etnomusicologia, os usos e funções da música em sociedades, tanto ágrafas como na civilização ocidental, a relação do indivíduo com a indústria cultural, a função da música como entretenimento no âmbito das cenas musicais e, por fim, as conceitualizações sobre comunidades de prática e seu papel na formação de identidades e de alianças em torno da música.

A segunda esfera foi denominada Espaço e privilegia uma noção “geográfica” das cenas, como o próprio Straw propõe na origem do termo Cena Musical, a qual já fora abordada anteriormente. Os pontos de interseção abordados foram: espaço e cena musical; circuitos e cenas; espaço, território, lugar e não-lugar; territorialidades; e a relação entre cena musical e o ciberespaço.

A terceira esfera é relacionada às contingências decorrentes da passagem do tempo, colocada sob o raciocínio apresentado por Bauman (2001) de que, à medida que a tecnologia avança, a relação do ser humano com o tempo muda e, por isso, é um subcapítulo direcionado à indústria e seus avanços tecnológicos contrapostos com o comportamento dos indivíduos. Os principais temas abordados foram: a relação do indivíduo com a indústria, do ponto de vista dos artistas; uma contextualização da história da indústria fonográfica; um maior aprofundamento nas mudanças provocadas pelas tecnologias digitais ao longo dos anos 1990; os efeitos da cibercultura no séc. XXI; e por fim o que se espera do futuro da indústria fonográfica.

O quinto e último subcapítulo da revisão bibliográfica do presente estudo diz respeito à interseção gerada pelos temas dispostos no diagrama de Venn apresentado adiante. Neste espaço, é indicado algumas sugestões de estudos futuros com o enfoque numa possível pesquisa de nível explicativo (ACEVEDO; NORRARA, 2013, p. 70).

Além disso, com base no artigo de Luciano Candemil (CANDEMIL, 2019) foi elaborada uma busca na base de dados da Capes para a contextualização quantitativa de trabalhos sobre cenas musicais a nível nacional.

### 3.1.2 Levantamento de macroambiente: questionário

Segundo Acevedo e Norrara os levantamentos “caracterizam-se pela coleta das informações entre um grande número de pessoas” (2013, p. 75). Com base na estrutura proposta no capítulo de fundamentação teórica foram elaboradas questões quantitativas e qualitativas direcionadas a músicos atuantes em Curitiba. As perguntas foram direcionadas especificamente a estes indivíduos porque, como já colocado anteriormente, decorrente de uma mudança de comportamento percebida em relação aos usos de tecnologias entre o recorte temporal de meu trabalho anterior (MACAN, 2017) e o presente estudo, um dos objetivos do trabalho foi analisar as relações entre músicos e a cena musical de Curitiba na atualidade. Outro motivo é que a etnografia proposta levava em conta os ambientes da cena musical rock de Curitiba, onde tive contato mais próximo com músicos.

É preciso ressaltar, no entanto, que a pesquisa não exclui o ponto de vista de outros indivíduos, visto que, nas entrevistas foram contatados diferentes indivíduos de diferentes atribuições. O levantamento descritivo aqui referido foi dividido em duas partes: a elaboração de um questionário de cunho descritivo com o intuito de angariar informações de macroambiente do cenário musical a partir de músicos; e a cartografia contendo as regiões

sociais da cena em questão para aproximarmos a visão do microambiente, que são os locais em que as manifestações da cena rock tomam forma.

Ao elaborar o questionário *online* as questões foram separadas de acordo com as temáticas: cena musical, espaço, indivíduos, indústria e tecnologias. O público-alvo deste questionário não se restringe a músicos atuantes na cena rock, pois o intuito foi coletar informações de músicos ativos na cidade independente do gênero musical em que atuam. Essa escolha foi estrategicamente pensada para podermos coletar dados de macroambiente e, a partir de outras etapas metodológicas, a etnografia e as entrevistas qualitativas, filtrar, aproximar, extrair e comparar dados de microambiente específicos da cena rock.

A ideia do questionário é, conforme Acevedo e Norrara colocam sobre o nível de pesquisa descritiva, entre outras, “descobrir incidências relativas” (ACEVEDO; NORRARA, 2013, p. 75). Ressalta-se que o questionário foi pensado para angariar dados de macroambiente, portanto não se restringe a dados sobre o gênero musical rock e sim na totalidade das manifestações musicais de Curitiba, em que, de acordo com a proposta inicial do trabalho, o indivíduo chave é o músico, pois sem ter o profissional que performe a música ao vivo na cidade, ela não se torna possível.

A população entrevistada no questionário é parte de o que Acevedo e Norrara chamam de “amostragem não probabilística por conveniência” (2013, p. 83), isto é, são pessoas selecionadas de acordo com a conveniência e objetivos do pesquisador. Neste caso, a fim de ter uma noção de macroambiente, o filtro utilizado foi “músicos atuantes no cenário de bares e casas noturnas de Curitiba”, não restringindo-se por gênero musical. As questões que envolvem o filtro do gênero musical rock, ou seja, a cena musical rock em si, foram aplicadas durante a etnografia, o microambiente, que será discutido em outra seção mais à frente.

Então procurou-se diversificar ao máximo o alcance deste questionário para que se pudesse, dentre outros objetivos, comprovar a proporção de indivíduos atuantes no gênero rock em comparação com outros. Para isso, foram utilizadas redes sociais digitais (*Facebook* e *Whatsapp*), e-mails e os próprios grupos na Universidade Federal do Paraná, o de pesquisa em Etnomusicologia e o da Pós-Graduação, a fim de divulgar o questionário nos cursos da instituição, sobretudo no curso de Música, onde há uma diversidade enorme de ramos de atuação entre os alunos e professores. Além disso, foi criado um *site*<sup>12</sup> para hospedar os dados e anexos da pesquisa, ao mesmo tempo para informar os participantes de possíveis novidades. A propagação da pesquisa em meio *online* foi feita de acordo com o que Mazer coloca como

---

<sup>12</sup> [www.cenamusalcuritibana.wordpress.com](http://www.cenamusalcuritibana.wordpress.com)

“técnica de bola de neve”, que é quando indivíduos-chave na pesquisa ajudam a propagar o questionário, ou a indicar locais e demais sujeitos que possam colaborar com o assunto (MAZER, 2017, p. 12).

Com a finalidade de ampliar o alcance do questionário, foi estipulado um período de tempo longo para que ele ficasse disponível, estendendo-se de 25 de Março de 2018 a 1º de Abril de 2019. Conteí com a ajuda de parceiros que há tempos estudam o cenário musical de Curitiba, entre eles destaco a jornalista Adriane Perin e o escritor Eduardo Mercer, que compartilharam o questionário em suas redes e, com isso, obtive muitas respostas de músicos os quais não alcançaria sem as respectivas redes.

De início coloquei como meta coletar informações de 1000 músicos, de diferentes áreas. Para obter tal número foi pedido a ajuda da Fundação Cultural de Curitiba (FCC), um órgão que tem vasto alcance comunicacional no ramo artístico, porém se recusaram a compartilhar o questionário em suas redes digitais devido ao conteúdo não ser do âmbito das produções fomentadas por eles. Mais além, fui alertado pelo Programa de Pós-Graduação da UFPR, em um de nossos colóquios, sobre os problemas que o processamento de tal quantidade de dados poderia gerar para a pesquisa ao nível de aprofundamento que se propõe. Em razão disto, a meta foi reduzida a um número de 150 a 200 respostas como teto para encerrar esta etapa. Caso não obtivesse mais de 150, o formulário seria fechado no dia 1º de Abril de 2019.

O questionário descritivo possui trinta perguntas nas quais assegurava-se o anonimato dos participantes, assim, nem mesmo eu tive acesso às suas identidades. A questão de número 1 funcionou como filtro para o público-alvo deste estudo: “Você é músico(a) residente em Curitiba e atua com remuneração (não necessariamente com vínculo empregatício) no cenário musical (bares, casas noturnas, teatros, etc) da cidade?”. Ao responder positivamente os indivíduos eram liberados para ter acesso às perguntas.

As perguntas restantes foram divididas em quatro conjuntos: indivíduos, sob o título “questões sobre você”, compreendem as questões de número 2 a 8; espaço, sessão denominada como “sobre tocar em Curitiba”, abrange as questões de número 9 a 22; “música e mídia em Curitiba”, referindo-se às temporalidades, mais precisamente sobre uso de tecnologias digitais, remetendo àquele raciocínio apresentado anteriormente segundo Bauman (2001), em que à medida que a relação do ser humano com as tecnologias se intensifica, muda-se também a percepção do tempo – questões de número 23 a 29; por fim, na questão 30 um campo para sugestões e comentários. As questões que tiveram a opção de complemento discursivo foram todas optativas.

As questões aplicadas foram as seguintes:

1. Você é músico(a) residente em Curitiba e atua com remuneração (não necessariamente com vínculo empregatício) no cenário musical (bares, casas noturnas, teatros, etc) da cidade?
  - a. Opções de respostas objetivas: sim ou não.
  - b. Opção de resposta discursiva: nenhuma.
2. Qual seu gênero?
  - a. Opções de respostas objetivas: masculino ou feminino.
  - b. Opção de resposta discursiva: nenhuma.
3. Qual sua idade?
  - a. Opções de respostas objetivas: menos de 18 anos; de 18 a 20; de 21 a 25; de 26 a 30; de 31 a 35; de 36 a 40; de 41 a 45; de 46 a 50; de 50 a 60; mais de 60.
  - b. Opção de resposta discursiva: nenhuma.
4. Qual seu nível de escolaridade?
  - a. Opções de respostas objetivas: nenhum; ensino fundamental completo; ensino médio completo; curso profissionalizante; graduação; pós-graduação; mestrado; doutorado; pós-doutorado; outro (especifique por favor).
  - b. Opção de resposta discursiva: especifique sua formação ou deixe um comentário, por favor (opcional).
5. A música é sua principal fonte de renda?
  - a. Opções de respostas objetivas: sim ou não.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário, por favor (opcional).
6. Qual sua função/ qual instrumento você toca? (Mais de uma alternativa disponível).
  - a. Opções de respostas objetivas: violão/guitarra; baixo; bateria; teclado/piano; harmônica; acordeom; percussão; voz; outro; empresário (função de gerenciamento); produtor.
  - b. Opção de resposta discursiva: você desempenha alguma outra função? Comente aqui, por favor (opcional).
7. Quais locais costuma se apresentar na cidade de Curitiba? (Mais de uma alternativa disponível).
  - a. Opções de respostas objetivas: bares/pubs; praças/espços públicos; estúdios; outro.



- b. Opção de resposta discursiva: em qual tipo de espaço já tocou? Comente, por favor (opcional).
8. Você costuma tocar em outras cidades além de Curitiba?
- a. Opções de respostas objetivas: sim, mas somente em cidades no Paraná; sim, em alguns estados também; sim, no Brasil todo; sim, no Brasil todo e em outros países também; não, somente me apresento em Curitiba e na Região Metropolitana.
- b. Opção de resposta discursiva: por favor comente sobre as cidades, estados e países em que já tocou (opcional).
9. Você está satisfeito(a) com os festivais promovidos na cidade e a disponibilização de espaço público para o artista se apresentar?
- a. Opções de respostas objetivas: sim; não; parcialmente satisfeito.
- b. Opção de resposta discursiva: comente, por favor (opcional).
10. Qual sua média de cachê individual em Reais (por cada show que faz) na cidade de Curitiba?
- a. Opções de respostas objetivas: 0 a 100; 100 a 200; 200 a 300; 300 a 500; 500 a 1000; mais de 1000.
- b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário sobre os cachês no cenário de Curitiba, por favor. (Opcional).
11. Quantos shows em média você faz por mês em Curitiba?
- a. Opções de respostas objetivas: 1; 1 a 3; 3 a 6; 6 a 10; 10 a 12; mais de 12.
- b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário sobre sua frequência de shows, por favor. (Opcional).
12. Em quantos locais diferentes costuma se apresentar em Curitiba (pense nos locais de show nos últimos 12 meses)?
- a. Opções de respostas objetivas: 1; 1 a 3; 3 a 6; 6 a 10; mais de 10.
- b. Opção de resposta discursiva: importante! Quais locais são esses? Cite-os por favor! (Opcional).
13. Como você qualifica os equipamentos técnicos disponíveis nos locais que se apresenta em Curitiba?

- a. Opções de respostas objetivas: ótimos; bons; regulares; ruins.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário sobre os equipamentos técnicos disponíveis na cidade, por favor. (Opcional).
14. E os seus próprios equipamentos/instrumentos, como os qualifica?
- a. Opções de respostas objetivas: ótimos; bons; regulares; ruins.
  - b. Opção de resposta discursiva: nenhuma.
15. Em quantos projetos (bandas, grupos, etc) você atua?
- a. Opções de respostas objetivas: 1; 2; 3 a 5; mais de 5.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário, por favor. (Opcional).
16. Quais estilos/gêneros musicais você atua?
- a. Opções de respostas objetivas: rock; sertanejo; samba; pagode; choro; MPB; música de concerto; blues; folk; funk; rap; pop; outro (comente qual, por favor).
  - b. Opção de resposta discursiva: em qual outro gênero musical você atua? (Opcional).
17. Em qual das opções abaixo enquadra seu repertório musical?
- a. Opções de respostas objetivas: somente autoral; somente cover (sou intérprete, toco música de concerto); cover e autoral.
  - b. Opção de resposta discursiva: nenhuma.
18. Sobre o cenário musical de Curitiba em 2018, há espaço para as bandas tocarem remuneradamente?
- a. Opções de respostas objetivas: sim; não; não sei.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário, por favor. (Opcional).
19. Na sua opinião, de forma geral, há alguma identidade da música produzida em Curitiba?
- a. Opções de respostas objetivas: sim; não; não sei.
  - b. Opção de resposta discursiva: comente, por favor. (Opcional).
20. Você acha que o público curitibano se envolve/se sente representado/conhece as bandas de Curitiba?
- a. Opções de respostas objetivas: sim; não; não sei.

- b. Opção de resposta discursiva: comente, por favor. (Opcional).
21. De forma geral, como você considera o relacionamento entre as bandas em Curitiba?
- a. Opções de respostas objetivas: ótimo; bom; regular; ruim.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário, por favor. (Opcional).
22. Para quantas pessoas você costuma tocar em média?
- a. Opções de respostas objetivas: até 50 pessoas; de 50 a 200 pessoas; de 200 a 400 pessoas; de 400 a 1000 pessoas; 1000 a 5000; 5000 a 10000; mais de 10000.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário por favor, me conte sobre seu maior público, seu menor público por exemplo ou algum show marcante. (Opcional).
23. Você já se apresentou em algum veículo nas mídias de massa (Rádio e/ou TV)?
- a. Opções de respostas objetivas: somente rádio; somente TV; ambos (rádio e TV); não me apresentei em veículos de mídia de massa.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário, por favor. (Opcional).
24. Você considera as mídias sociais essenciais para a venda de shows?
- a. Opções de respostas objetivas: sim; não; não sei.
  - b. Opção de resposta discursiva: comente sobre o que pensa a respeito da influência das plataformas digitais no seu cotidiano enquanto profissional da música. (Opcional).
25. Quais plataformas digitais você costuma usar?
- a. Opções de respostas objetivas: *Instagram; Whatsapp; Youtube; Twitter; Facebook;* outra; nenhuma.
  - b. Opção de resposta discursiva: qual delas você acha a melhor de todas? Comente sobre as particularidades das que usa, por favor. (Opcional).
26. Você ou sua banda já fez alguma publicação paga (post patrocinado) nas mídias sociais?
- a. Opções de respostas objetivas: sim ou não.
  - b. Opção de resposta discursiva: nenhuma.
27. Vale a pena impulsionar anúncios nas mídias sociais? O retorno dos anúncios da banda reflete em mais contratações, mais público nas apresentações, mais comentários em seus posts, mais curtidas na sua página?

- a. Opções de respostas objetivas: sim; não; não sei.
  - b. Opção de resposta discursiva: sempre vale a pena? Deixe um comentário, por favor. (Opcional).
28. Quanto em média você ou sua banda gasta com anúncios por publicação?
- a. Opções de respostas objetivas: 0; 0 a 50; 50 a 100; 100 a 200; 200 a 500; mais de 500.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário, por favor. (Opcional).
29. Você acha que as mídias sociais aproximam/melhoram o relacionamento dos músicos em Curitiba?
- a. Opções de respostas objetivas: sim; não; não sei.
  - b. Opção de resposta discursiva: nenhuma.
30. Alguma consideração pessoal sobre a(s) cena(s) musical em Curitiba?
- a. Opções de respostas objetivas: nenhuma.
  - b. Opção de resposta discursiva: deixe um comentário sobre suas impressões. É muito importante para a pesquisa. (Opcional).

O questionário precisou passar por dois testes para então ser divulgado à população da pesquisa. O primeiro teste foi essencialmente estrutural, com relação à manipulação técnica dos instrumentos de coleta de dados. O segundo teste foi com relação ao conteúdo das perguntas, sua ordem e propósito para fins da pesquisa, que será apresentado posteriormente na sessão de resultados. Neste quesito foi relativamente simples ajustá-lo pois, além de pesquisador *emic*, o que facilita a compreensão prévia dos indivíduos estudados, contei com a ajuda de dois membros do grupo de pesquisa em Etnomusicologia, que são músicos já atuantes no cenário de Curitiba, o Prof. Dr. Edwin Pitre-Vásquez e o colega Felipe Viana Estivalet, na época doutorando pela Unisinos.

### 3.1.3 Etnografia

Esta etapa metodológica consiste basicamente na imersão, observação e registro dos fenômenos estudados no campo. O campo em questão, seguindo a ideia de Bourdieu (2007) são os espaços ocupados pela cena musical rock de Curitiba e as múltiplas relações e disposições – sociais, econômicas, culturais, etc – que ocorrem nestes espaços – *habitus*. Os fenômenos estão

relacionados sobretudo às práticas dos indivíduos e das instituições que compõem a cena rock nestes espaços. Esta seção foi sistematizada através de três métodos: etnografia, autoetnografia e netnografia. Os três juntos compõem a descrição etnográfica do trabalho. O principal texto de referência para a realização da seção foi *A Descrição Etnográfica*, de Laplantine (2004).

Para o autor, “o etnógrafo deve ser capaz de viver no seu íntimo a tendência principal da cultura que está estudando” (2004, p. 22). A partir deste raciocínio, Laplantine destaca que é necessário se interessar por aquilo que o grupo estudado se interessa, mesmo que, aparentemente, não haja nenhuma conexão com o objeto de estudo. Como se trata de um objeto intensamente ativo em redes sociais digitais *online* foi necessário sistematizar a descrição etnográfica por meio da netnografia (KOZINETS, 2014).

Neste ponto, realizar este estudo como pesquisador *emic* favoreceu a aproximação com as pessoas envolvidas da cena rock de Curitiba, porém demandou também a inserção do método da autoetnografia (REED-DANAHAY, 1997) dentro da etapa aqui colocada como descrição etnográfica. A sistematização da autoetnografia proporciona ao pesquisador *êmico* a advertência para que este se atente em “perder o hábito de tomar como natural, aquilo que é cultural”, fato que é comum, porém mais evidente em casos de estudiosos *insiders*<sup>13</sup> e pode se passar despercebido devido à proximidade cotidiana entre estudioso e campo (LAPLANTINE, 2004, p. 30).

Há, de acordo com Laplantine, uma diferença entre “ver” e “olhar” no sentido etnográfico. Segundo o autor:

[...] a percepção etnográfica não é por sua vez, da ordem do imediatamente visto, do conhecimento fulgurante da intuição, mas da visão (e consequentemente do conhecimento) mediada, distanciada, diferenciada, reavaliada, instrumentalizada (caneta, gravador, câmera fotográfica, ou de vídeo...) e, em todos os casos, retrabalhada pela escrita (LAPLANTINE, 2004, p. 17).

“Ver”, neste sentido, está atrelado a apenas receber imagens que estão à volta do observador. “Olhar” é mais apropriado para descrever a atividade do etnográfica porque remete à observação atenta dos fenômenos, “que vai em busca da significação das variantes”. Em outras palavras, o olhar do etnógrafo implica na busca pela percepção aguçada da realidade como ela é, considerando sua mutabilidade com a ação do tempo. Mais além, Laplantine explica que o “olhar etnográfico” não se resume apenas à atividade da visão e que o pesquisador deve

---

<sup>13</sup> Expressão que remete a pesquisadores que fazem parte da comunidade, e/ou da cultura que estudam.

experimental a percepção através das várias sensações disponíveis – olfato, paladar, audição, visão e tato (2004, p. 20).

Seguindo esta linha, a etnografia foi realizada conforme as recomendações do autor. Se consistiu por meio de uma imersão no campo, como músico e pesquisador *emic*, através do constante olhar questionador sobre a cena musical rock da cidade de Curitiba, buscando cercar o objeto do estudo por várias frentes de abordagem, escutando e analisando diferentes perspectivas de indivíduos em variadas posições em relação ao tema trabalhado e com os devidos instrumentos, conforme discorrido na seção 3.2.

A autoetnografia, no entanto, é um método escolhido porque o objeto de estudo desta pesquisa é um campo no qual atuo. Este método orienta-se em três bases: (1) orientação metodológica, de base etnográfica e analítica; (2) orientação cultural, de base interpretativa de fatores vividos, da relação entre pesquisador e objeto, de fenômenos sociais; e (3) orientação do conteúdo, que se sustenta na base autobiográfica e reflexiva (CHANG, 2008).

Segundo Santos (2017, p. 4), “o que caracteriza a especificidade do método autoetnográfico é o reconhecimento e a inclusão da experiência do sujeito pesquisador tanto na definição do que será pesquisado quanto no desenvolvimento da pesquisa”. Na autoetnografia a narrativa e as experiências do autor se destacam, pois “dão voz para quem fala” em “favor de quem se fala” (REED-DANAHAY, 1997). Em outras palavras é um método que demanda posicionamento crítico do autor em relação ao objeto estudado e por isso se aplica inteiramente no viés deste trabalho.

A terceira parte da descrição etnográfica será a etapa de netnografia que, segundo Kozinets (2014) é um desdobramento que proporciona ao pesquisador realizar análises comportamentais de indivíduos e grupos sociais no ciberespaço e, mais além, das relações desses agentes nos ambientes *on* e *offline*, sobretudo interações em sites de redes sociais digitais, que são segmentados por grupos de interesses, normalmente democráticos, onde usuários têm a liberdade de expor conteúdos multimídia e também debater acerca de temas em comum – neste caso, a cena musical rock de Curitiba.

A amostragem das entrevistas presenciais foi a “amostragem por julgamento” que, segundo Acevedo e Norrara, “são sujeitos selecionados segundo um critério específico de julgamento do investigador” (2013, p. 83). No caso deste estudo, realizei uma constante observação no cenário musical rock de Curitiba, no qual estou inserido como músico atuante. Um ponto positivo de fazer parte do cenário foi que as pessoas com quem conversei informalmente ou mesmo a maior parte dos entrevistados não me viram como um indivíduo “de fora”. Isso facilitou a coleta de alguns dados que muitas vezes ficam restritos nessas

comunidades de pessoas e que dificultam a aproximação de pesquisadores. No entanto, durante a elaboração do mapa, que será apresentado mais à frente na seção de resultados, houve certa dificuldade em conseguir informações simples, mesmo entrando em contato diretamente com proprietários dos locais catalogados, o que será descrito melhor na referida seção.

Os locais em que aconteceram a etnografia foram tanto virtuais, como presenciais. Nos virtuais, os principais *sites* observados foram o *Facebook*, que possui um recurso para criação de grupos, alguns dos quais estive presente, como o “Tô sem banda Curitiba” e o “Amigos do Rock N’ROLL CWB”, entre muitos outros grupos de compra e venda de instrumentos, alguns relacionados a bares específicos, outros à prática de um instrumento na cidade – como guitarra, por exemplo; e o *Instagram*, que dá acesso apenas a perfis pessoais de pessoas ou bandas. Neste caso, são ambas redes sociais digitais amplamente utilizadas pelos músicos curitibanos.

Também neste período, fiz parte de alguns grupos no aplicativo de mensagens *Whatsapp*, como por exemplo o grupo do bar de rock Clay Highway Bar, em que músicos se encontram diariamente para discutir a cena rock local. Esses espaços virtuais, além de produzir muitos dados para a pesquisa por conta de sua natureza de interação social em torno de um assunto específico, a cena rock de Curitiba, foram bastante úteis na difusão do questionário *online*.

Os locais presenciais em que a etnografia ocorreu foram, sobretudo bares e locais públicos de apresentação de bandas. Os principais estabelecimentos em que estive presente foram: Hermes Bar, Clay Highway Bar, Sebas Rock Bar, Sheridan’s Irish Pub, Tork’n’Roll, Barbarium Pub, Detroit Club, Phoenix Bar, Santa Marta Bar, Lounge Batel, Rock’n’Ribs, Teatro Sesi de São José dos Pinhais, entre outros. O método utilizado foi o da “observação participante”, no qual estive privilegiado pela minha atuação na cena, o que facilitou a coleta de dados, já que as pessoas presentes não viam a minha presença como sendo a de um “outsider<sup>14</sup>”.

Embora eu seja músico atuante em Curitiba desde 2008, como já explicado anteriormente, a etnografia para esta pesquisa teve início em Março de 2018 e fim em Maio de 2019. Pode-se entender este procedimento como sendo de microambiente, pois os locais em que me fiz presente na pesquisa de campo estiveram, sem exceção, relacionados a eventos da cena musical rock de Curitiba – concertos, festivais, demais apresentações envolvendo música ao vivo. Durante a etnografia eu estive atuando com os grupos musicais que faço parte, o U2 *Cover* CWB e o Bon Jovi *Cover* Brasil. Neste recorte de tempo foram 44 momentos em que

---

<sup>14</sup> Expressão em inglês que remete a pessoas que não pertencem a um lugar ou uma comunidade específica.



estive inserido nesses ambientes da cena musical rock de Curitiba, o que confere a média aproximada de uma imersão no campo a cada 8 dias dentro do recorte estipulado.

Um ponto importante a se ressaltar é que em cada um desses momentos estive dividindo ambientes com outros grupos musicais da cidade, por exemplo as bandas Relespública, Silvermoon, The Elder, Jack Vermouth, Electric Mob, Geração Coca-Cola, Zé Rodrigo, Sulround, Pigs and Diamonds, Backstage, Creedence Cover CWB, Dr. Smith, entre muitas outras. Estar no mesmo ambiente que outros grupos musicais foi importante porque permitiu conversar com outros músicos fora do meu convívio habitual sobre as questões que envolvem a cena musical de Curitiba neste trabalho. Alguns desses músicos, inclusive, tiveram uma entrevista à parte, conforme mostrado na próxima seção.

Além do convívio e das conversas com os músicos da cidade, estar envolvido na cena e ter estabelecido a descrição etnográfica de tal maneira, proporcionou uma aproximação prática com cinco níveis de interação em comunidades, propostos por Kimieck (2002, p. 40). Em um primeiro nível, estabeleceu-se o contato com o “grupo nuclear” – líderes, produtores, proprietários, pessoas que são responsáveis pelas apresentações acontecerem; “grupo de adesão completa” – membros de grupos musicais, audiência, demais pessoas que tornam capaz a realização dos eventos promovidos pelos líderes; “de participação periférica” – espectadores casuais; “grupo de participação transacional” – prestadores de serviços locais, como seguranças, garçons, demais colaboradores; “grupos de acesso passivo” – pessoas que acessam conteúdo residual e não interferem ativamente na cena mas têm conhecimento dela e de alguma forma são atingidos por ela, poderia ser um vizinho de uma casa noturna que é afetado pela intensidade sonora no entorno do estabelecimento, ou o motorista de aplicativo que muda sua rota decorrente do tráfego de pessoas proporcionado pela cena em questão, por exemplo.

A partir de diferentes pontos de vista, estes cinco níveis combinados na etnografia tiveram o propósito de ampliar a percepção da cena musical rock de Curitiba neste trabalho. A pesquisa de campo, combinada com a pesquisa bibliográfica e com os levantamentos quantitativos de macroambiente, teve o intuito de proporcionar ao estudo dados qualitativos, que serão percorridos à frente no trabalho.

#### 3.1.4 Levantamento de microambiente: cartografia das regiões sociais da cena musical rock de Curitiba

A noção de cena atribuída a um espaço específico conecta com noções de território e lugar, que são discussões frequentes na área dos estudos culturais em tempos de globalização.

Pereira de Sá explica que isso pode ser útil para o pesquisador cartografar as sociabilidades e regiões de uma cidade e suas interconexões, apontando assim para uma noção espacial das comunidades de gosto através dos espaços metropolitanos (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 155).

Como parte da metodologia deste estudo, buscou-se um método cartográfico. Dulce H. Mazer aponta a necessidade de a cartografia indicar sujeitos, práticas e fluxos comunicacionais em cenas musicais. Há, no entanto, levando em consideração o carácter fluído e mutável das cenas musicais, a dificuldade de se tornar um mapa legítimo. A isto, a autora sugere a abordagem segundo a “retórica do passeio” ou “etnografia de rua”, que contém em sua natureza a característica “orgânica, mutante, movente, fragmentária”. Mazer coloca que, desta forma, o mapa em questão, “muitas vezes, não dura mais do que uma caminhada” (2017, p. 2).

A cartografia de cenas musicais é um método que consiste em explorar territórios através da movimentação pela cidade sem seguir um destino fixo. O pesquisador segue uma rede comunicacional que dá os indícios da cena, podendo ser esta rede palpável (fisicamente alcançável), cartazes de eventos, letreiros de casas noturnas, filas para shows, aglomerações, indicações verbais, ruídos, pontos de venda e demais meios em torno da música, ou uma rede intocável, porém ainda assim analisável, como por exemplo, redes virtuais (MAZER, 2017, p. 10).

Não seria a cartografia apenas o desenho de um mapa, mas o processo metodológico de acesso à cena. Mazer aponta duas sugestões de Straw ao método cartográfico em questão:

[...] a) na realização de estudos de casos individuais com a descrição de laços específicos; b) na abertura e a flexibilidade do termo cena e ‘sua acepção pouco definida’ (JANOTTI JR., 2012, p. 5). Nesse sentido, é o processo cartográfico que revela a cena, a territorialidade, as práticas culturais, locais e interconexões urbanas e virtuais (MAZER, 2017, p. 6).

Segundo a autora, um dos possíveis objetivos do mapeamento é “proporcionar uma visão esquemática da cidade, representando graficamente os principais locais associados à produção, à circulação e ao consumo de música, para a reflexão sobre o que ocorre em tais territórios”. A cartografia das cenas, “como um exercício metodológico”, proporciona a aproximação colaborativa do grupo estudado em relação a aspectos “geográfico, social, econômico, histórico e cultural, sobretudo em relação ao repertório interpretativo compartilhado”. Contudo, reforça-se que o objetivo deste método não é apenas oferecer um mapa e sim um “instrumento para aprender a ler e decifrar o território e as práticas e fluxos que nele ocorrem” (MAZER, 2017, p. 6-7). É uma “proposta para aproximar a audiência de um

determinado território, como instrumento para a reconstrução da cena [...]. O espaço é um importante fator na seleção dos informantes, mas não é delimitador”. (MAZER, 2017, p. 10).

Cartografar uma cena musical é um exercício que se inicia na pesquisa exploratória, em que pessoas e locais são identificados. Em outras palavras, a cartografia de uma cena acontece durante a etnografia e, mais além, depende dela. Com base nisto, faz parte do processo de mapeamento a descrição dos cenários, dos personagens, da rotina, dos imprevistos, das situações constrangedoras, dos conflitos, das tensões, da indumentária, dos gestos, das gírias, dos sentidos de pertencimento, das práticas e demais nuances que compõem a realidade do objeto estudado (LAPLANTINE, 2004, p. 20; MAZER, 2017, p. 10-12).

Para se realizar a cartografia é necessário “percorrer sistematicamente a cidade ou a comunidade para o levantamento de informações sobre a cena, que estão vinculadas ao tempo e espaço das práticas culturais” (MAZER, 2017, p. 9). Há, no entanto, a quase obrigação de se estabelecer um recorte, dado à incapacidade do pesquisador em absorver todas as contingências no âmbito do estudo de uma cena, ao que a autora expõe:

Enquanto atravessa a metrópole, coletando informações e realizando entrevistas, o pesquisador vai se recheando com elementos sobre a cena, mas carrega a sensação de impotência em seu desejo de liquidar as práticas de um grupo tão dinâmico e diverso, pois se evidencia a impossibilidade de abarcá-lo, assim como é impossível abranger a totalidade da urbe. Por essa razão, o percurso na cidade - policêntrica e desarticulada, ‘da qual resulta impensável alcançar uma visão de conjunto’ (GARCÍA CANCLINI; CASTELLANOS; MANTECÓN; apud MAZER, 2017, p. 10) - empurra o pesquisador a recortes na pesquisa, que se darão conforme objetivos, grupo estudado, gênero musical, mercado e outros aspectos contextuais da pesquisa (MAZER, 2017, p. 10).

Este processo, além de ajudar a identificar os sujeitos da pesquisa, aproxima-os dos possíveis locais em que eles estarão presentes na cena. Segundo a autora, três tópicos devem se levar em conta no decorrer da cartografia: (1) referências históricas e físicas de lugares e membros que conformam a cena; (2) referências dos cidadãos em sua realidade social, na performance de ritos em relação aos gêneros musicais em questão; (3) as referências do pesquisador no ato de circular a cidade (MAZER, 2017, p. 11).

A parte técnica do procedimento pode ser realizada, além das entrevistas, observações e descrições etnográficas, para fins de registro gráfico, por meio de programas de georreferenciamento como o Google Maps e o Tripline<sup>15</sup>. A observação etnográfica pode ajudar

---

<sup>15</sup> O *Tripline* é um site de georreferenciamento que permite ao usuário traçar rotas em um mapa virtual pelo mundo inteiro. O site oferece a possibilidade de compartilhamento de imagens e notas sobre os locais, além de medir a distância entre os circuitos elaborados pela adição de pontos de encontro. Fonte: <https://www.tripline.net/>

a identificar indivíduos e descrever pontos de encontro, eventos e demais locais. Em relação à parte técnica do delineamento de cenas musicais, Dulce Mazer explica que a ideia é “construir fluxos comunicacionais nas territorialidades, o que pode ser executado em qualquer base de visualização gráfica espacial” (2017, p. 11).

Ressalta-se que “a cartografia da cena não é um resultado em si, mas um processo de investigação” (MAZER, 2017, p.12). Este método não consiste apenas no apontamento gráfico de localidades em um mapa, mas necessita do embasamento da etnografia, que tem em si outras etapas de investigação, como a observação e a realização de entrevistas mediadas pela descrição (LAPLANTINE, 2004). É um modo qualitativo de se estudar não só o consumo, como também outros níveis que envolvem a cadeia produtiva da música - produção, distribuição e comercialização (PRESTES FILHO, 2004). De modo geral, segundo Mazer, a cartografia de uma cena é um dos canais:

Para compreender o consumo cultural e midiático como um âmbito de mediação e circulação [...] “É um método construcionista, geográfico e visual, em um determinado tempo e espaço, um processo de pesquisa inventivo, que se utiliza de ferramentas (geo)gráficas para a visualização urbana, baseado na etnografia e suas técnicas primordiais, como a observação e a entrevista (MAZER, 2017, p. 13-14).

A partir destes dados, com o intuito de aproximar as informações de macro e microambiente, decidiu-se, ainda no âmbito dos levantamentos, incluir a elaboração de um registro cartográfico dessas regiões sociais da cena musical rock de Curitiba, ou seja, um retrato dos circuitos e lugares ocupados pelos agentes aqui estudados e entrevistados. A meta inicial era de registrar apenas 50 localidades da cena musical rock na capital, conforme fossem surgindo nas respostas do questionário, sem um outro filtro específico, desde que comportassem música ao vivo – dentro do gênero musical rock.

Porém, com base na pesquisa *online*, nas entrevistas presenciais e na etnografia, foi registrado sem filtro por gênero musical, como levantamento de macroambiente, um total de 155 localidades em que as apresentações musicais na cidade de Curitiba acontecem. Nesse sentido, há plena ciência de que o referido dado é um recorte que surgiu a partir da pesquisa e não corresponde à totalidade dos locais que possuem este fim. Alguns desses locais são momentâneos, outros possuem uma periodicidade para os eventos.

No entanto, para elaboração do mapa da cena musical rock de Curitiba, selecionou-se dentre esses locais de apresentação listados, aqueles em que o gênero musical rock de faz presente e, de acordo com suas localizações no território de Curitiba, foram organizados a fim de proporcionar ao leitor uma noção espacial desta cena musical. Como o número de espaços

catalogados foi alto para este nível de pesquisa, estipulou-se a criação do mapa com até 50 locais, que foram escolhidos de acordo com o seu reconhecimento e relevância local, bem como a frequência que foram lembrados nas etapas metodológicas do estudo. Ao final do mapeamento, chegou-se ao número de 50 espaços. O intuito é oferecer um recorte que demonstre os locais mais lembrados e influentes da cena rock de Curitiba segundo os dados coletados neste trabalho.

O critério para os locais serem discriminados no mapa é ter capacidade de estrutura para comportar apresentações ao vivo, que são aquelas que o músico vai ao local e se apresenta publicamente. A amostragem aqui empregada é a “amostragem por julgamento” (NORRARA; ACEVEDO, 2013, p. 83), ou seja, os lugares são selecionados à medida em que aparecem na etnografia e nas entrevistas, além de que, dentro de todos os locais de apresentações musicais em Curitiba, foram selecionados apenas os que abarcam a cena rock, isto é, os que são palco de apresentação de grupos musicais que trabalham com o dado gênero musical, excluindo os demais lugares, que não aceitam apresentações de grupos roqueiros.

Com o intuito de ajustar a coleta de dados nesta etapa ao potencial previsto no alcance e profundidade da pesquisa, foi estipulado a coleta dos seguintes dados de cada local, por meio do contato individual com cada um deles através de seus meios de comunicação (principalmente por telefone e redes sociais): endereço; capacidade de público; gêneros musicais trabalhados, tamanho dos grupos musicais que o local comporta – duos, trios, quartetos, etc; tipo de estabelecimento – bar, pub, teatro, etc. A pesquisa não entrará em detalhes se os locais possuem as documentações necessárias para se viabilizar legalmente tais apresentações porque não compete ao problema do estudo. Este dado merece ser comentado visto a grande quantidade de lugares que não possuem o devido registro formal, tornando inviável a busca por estabelecimentos em repartições públicas que têm o intuito de registrá-los.

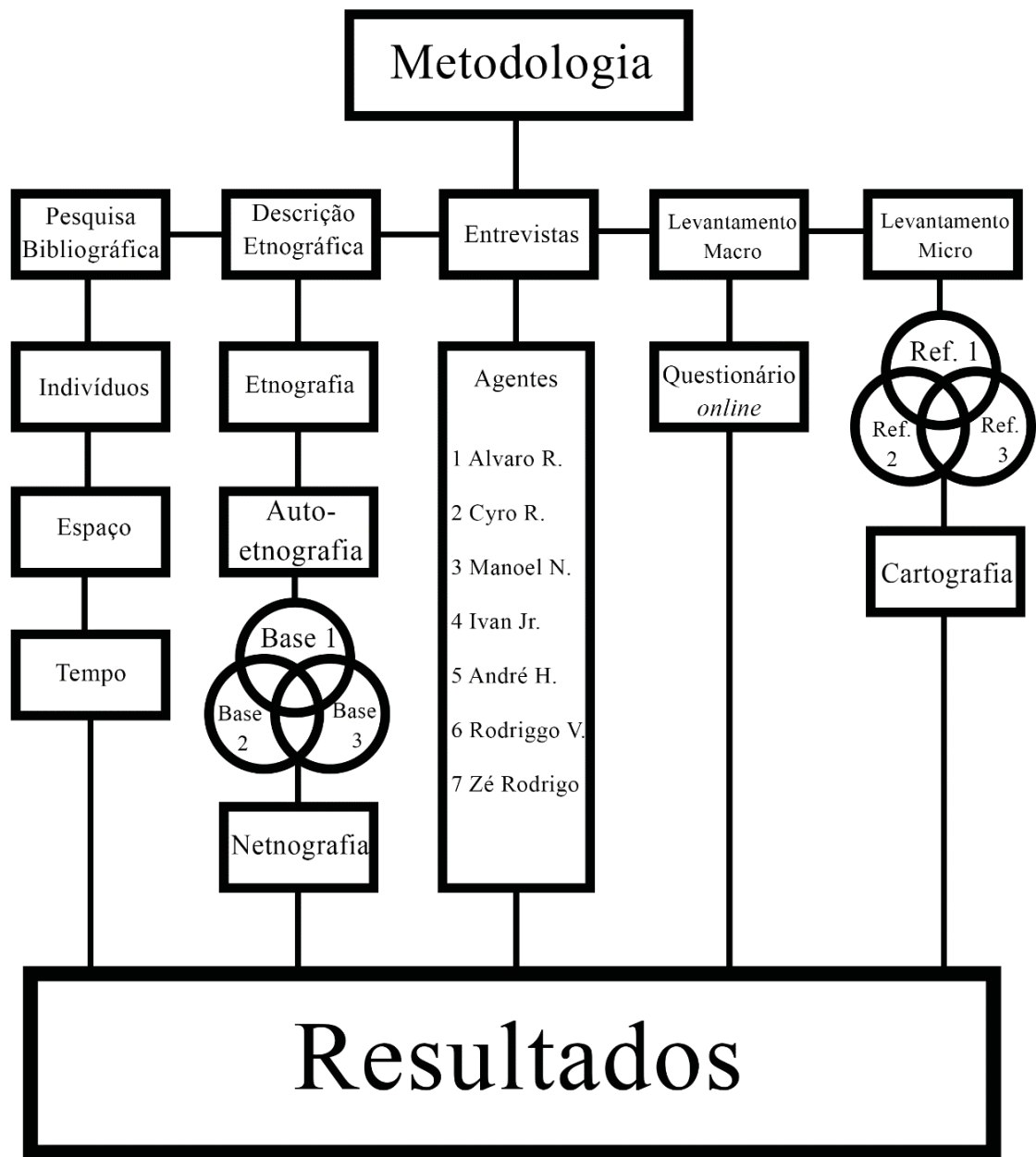
### 3.1.5 Pesquisa qualitativa: entrevistas

A pesquisa qualitativa, ou interpretativa, segundo Acevedo e Norrara (2013, p. 78), tem o intuito de registrar os motivos por trás de determinado fenômeno. Neste trabalho ela foi empregada em dois níveis. Primeiro como parte complementar do questionário quantitativo *online*. Os músicos tinham, na maioria das questões colocadas, um espaço para discursar livremente, podendo complementar suas respostas objetivas caso assim quisessem. Então foi uma etapa estritamente opcional, os sujeitos que responderam o questionário poderiam ou não compartilhar suas impressões sobre o cenário discutido. Nesta etapa, era assegurado ao

participante o completo anonimato. Assim foram obtidos muitos dados qualitativos de macroambiente acerca da cena musical rock de Curitiba.

Em um segundo momento, a fim de obter dados qualitativos de microambiente, isto é, coletar algumas experiências individuais conectadas com dados de macroambiente, foram selecionados sete indivíduos que julguei serem apropriados: Alvaro Ramos, produtor musical e proprietário do Estúdio Gramofone; Cyro Ridal, produtor de rádio e TV; Manoel Neto, cientista político, autor do livro *A [des]Construção da Música na Cultura Paranaense*, organizador e proprietário do Museu do Som Independente (MUSIN); Ivan Junior, músico e empreendedor de *marketing* musical; André Hernandez, músico conceituado e professor de guitarra; Rodriggo Vivasz, músico e A&R na Associação Brasileira de Música e Artes (ABRAMUS); Zé Rodrigo, músico e empreendedor musical. As entrevistas foram realizadas com uma pauta de assuntos chave de acordo com as problemáticas desta pesquisa. Os únicos que tiveram suas entrevistas em meio virtual foram André Hernandez e Ivan Junior, os restantes foram entrevistados pessoalmente em seus próprios estabelecimentos de trabalho ou de moradia.

FIGURA 2 – ESQUEMA METODOLÓGICO



FONTE: O autor (2020)

### 3.2 MATERIAIS

Para realizar este trabalho foram utilizados quatro *hardwares*. Um *desktop* com sistema *Microsoft Windows 7* em que redigi todo o texto do trabalho, fiz edições audiovisuais e montei as apresentações. O segundo é um *notebook Acer*, com o sistema *Microsoft Windows 10*, em que realizei entrevistas. O *notebook* serviu também como primeiro *backup* do texto original, editado no *desktop*, e para registros em orientações e reuniões do grupo de pesquisa.



Utilizei um *smartphone Samsung J5* para gravações de entrevistas, registros fotográficos e conversas pelo aplicativo *Whatsapp*. Um *hard disk* (HD) externo de 1 *terabyte Samsung* como segundo *backup*.

Em relação aos *softwares* utilizados: *Microsoft Word 2016* para a redação do texto deste estudo; *Adobe Acrobat Reader* para leitura e fichamento de textos em formato PDF; *Adobe Photoshop CS6* para edição de todas as imagens contidas no trabalho; *Reaper Digital Audio Workstation* para edição dos áudios de entrevistas gravados; *Zoom* para a realização de vídeo conferência com André Hernandez; *Skype* para vídeo chamada com Ivan Junior.

Em relação às plataformas digitais, aplicativos e *sites* utilizados: *Facebook*<sup>16</sup> e *Instagram*<sup>17</sup> como ferramenta da etnografia em meio virtual; *Trello* como sistema de organização seguindo a metodologia *Scrum* (SUTHERLAND, 2016); navegador *Google Chrome*; *Google Drive* para compartilhamento de arquivos *online*; *Google Forms* para viabilização do questionário *online*; o *Google Maps* e o *Tripline* para a elaboração dos mapas e rotas presentes no trabalho; o gerenciador de conteúdo<sup>18</sup> *Wordpress* para a elaboração do *site* em que foi divulgada a pesquisa *online*.

---

<sup>16</sup> [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

<sup>17</sup> [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

<sup>18</sup> Em inglês, *Content Manager System* (CMS), são sistemas que têm como finalidade facilitar a criação de *sites* para pessoas não técnicas (GABRIEL, 2010, p. 125).

## 4 DESCRIÇÃO ETNOGRÁFICA

### 4.1 CURITIBA – A “SEATTLE BRASILEIRA”?

Curitiba possuiu uma colonização muito diversa, de meados do séc. XIX ao início do séc. XX variados povos da Europa, Ásia e África chegaram à cidade, misturando-se entre os já estabelecidos indígenas, portugueses, espanhóis e numerosos escravos e ex-escravos de origem africana. Além disso, vieram se estabelecer em Curitiba outros variados povos brasileiros, como nordestinos, paulistas, mineiros, gaúchos, entre outros. A identidade da cidade é, portanto, a diversidade. Em Curitiba fixaram-se italianos, alemães, ucranianos, poloneses, suíços, franceses, japoneses, sírios e libaneses, entre outras etnias. Cada uma delas marcou de alguma forma o território curitibano, desenvolvendo atividades econômicas e fundando colônias que vieram a se tornar bairros ainda atualmente característicos de seus fundadores (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2020).

Da mesma forma que a cidade foi moldada socioeconomicamente pela diversidade de povos, os fazeres musicais da capital também são diversos, conforme aponta Manoel Neto ao salientar que *A [des]Construção da Música na Cultura Paranaense* – publicação com mais de 700 páginas sobre a música regional – é apenas uma introdução ao tema: “a música do Paraná é mais rica e diversa do que se imagina ou se divulga” (NETO, 2004, p. 10). Apesar da diversidade de gêneros e estilos comentada por Manoel, que é decorrente deste “caldeirão étnico” formado pela colonização multicultural, paira sobre a capital paranaense um estigma de cidade roqueira. Exemplo disso foi a ressonância até hoje percebida do comentário de Carlos Eduardo Miranda<sup>19</sup>, ao chamar Curitiba de “Seattle brasileira” nos anos 1990, dado a enorme quantidade de grupos roqueiros na cidade.

Da mesma forma que a cidade fora apelidada em alusão à quantidade de bandas de rock, atualmente também foi referida como sendo a “Goiânia Sulista” em matéria da Gazeta do Povo de 2016 dado ao fato do grande consumo de música sertaneja pelo público curitibano. Isto é, de certa forma, uma das tantas controvérsias encontradas neste trabalho porque percebe-se nitidamente uma certa rivalidade entre o público roqueiro e o público do sertanejo. Obviamente há exceções. Até porque dentro do rock existem vários desdobramentos e dentro do sertanejo também, então de certa forma acontecem interseções entre os dois estilos<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> Músico e produtor musical riograndense amplamente conhecido pela atuação como crítico e jurado em diversos festivais e programas de música nacionais.

<sup>20</sup> Country Rock e Folk Rock são apenas algumas dessas possíveis interseções.

No entanto, percebo que a grande maioria do público roqueiro considera o sertanejo, principalmente o sertanejo universitário, como sendo adverso. Ressalto que existem exceções, como por exemplo o caso de Fábio Elias, vocalista de uma das maiores e mais representativas bandas autorais de rock curitibano, a Relespública, que apesar de trabalhar e sempre ter trabalhado com o rock, entre 2009 e 2010 lançou-se como artista sertanejo<sup>21</sup>. Fabio relembra que na época foi muito acusado de “traidor do movimento” (ESTÚDIO C, 2015).

Certa vez no Clay Highway Bar, durante uma apresentação com o grupo de hard rock no qual faço parte, o Bon Jovi Cover Brasil, um rapaz visivelmente alcoolizado nos pediu para tocar uma música da dupla sertaneja Bruno & Marrone<sup>22</sup>. O pedido foi recebido com muito humor porque aquelas quase duas mil pessoas presentes no local perceberam a controvérsia da solicitação. Quando o vocalista da banda *cover*, Saulo Strada, contra todas as expectativas, declarou no microfone “vamos tocar um Bruno & Marrone para vocês”, percebi dois tipos de reação da plateia.

De um lado havia quem abominasse a decisão, com vaias e xingamentos. De outro lado, havia quem se divertia com a situação inusitada em nosso show. Por uma coincidência eu era o único músico da banda que sabia tocar alguma música da referida dupla sertaneja e, por impulso, quando comecei a cantar no microfone “eu caminhei sozinho pela rua, falei com as estrelas e com a lua”<sup>23</sup>, um rapaz se debruçou desesperado em uma caixa *front fill*, na parte frontal do palco, já que não havia grade de proteção, tentou puxar meu braço e com muitos palavrões me pediu “encarecidamente” para cessar.

Então, apesar das controvérsias, há sim, entre a maioria do público roqueiro, uma repulsa pelo sertanejo. Fato interessante e paradoxal é Curitiba ser reconhecida pelos dois posicionamentos. Mais sertaneja ou mais roqueira? O ponto do trabalho não é provar qual a preferência real do Curitibano, mas fato que me chama a atenção é que, enquanto as principais casas de show sertanejas estão gradativamente fechando, como por exemplo a Woods e a Shed, que estavam até 2018 e 2019, respectivamente, entre as maiores e mais frequentadas casas de entretenimento musical, mais e mais casas noturnas de rock abrem na cidade.

Em 2019 inaugurou na cidade o maior bar dedicado ao rock na América do Sul, o Tork’n’Roll, com capacidade de público para duas mil pessoas. O Clay Highway Bar, com capacidade de cerca de 1700 pessoas, inaugurado em 2015 na porção sul, região pouco

---

<sup>21</sup> Fabio conta este caso em uma entrevista para o programa Estúdio C em 2015 e relembra que a ideia surgiu enquanto ele trabalhava em São Paulo no ano de 2009 nos bastidores do show do ACDC, uma das maiores bandas de rock do mundo.

<sup>22</sup> Dupla sertaneja de sucesso nacional.

<sup>23</sup> Trecho da canção “Dormi na praça” de Bruno & Marrone (2000).

explorada pelo entretenimento musical da cidade, experimenta cinco anos de efervescência ininterrupta, recebendo também shows de artistas difundidos a nível nacional. No mesmo ano de 2015 inaugurou pela primeira vez no Brasil, em Curitiba, o Hard Rock Café, uma franquia tematizada com rock'n'roll, mundialmente conhecida e espalhada pelas maiores cidades do planeta. Por que não em São Paulo ou Rio de Janeiro, que são os maiores polos econômicos e midiáticos do país?

Novamente, ressalto que não é objetivo provar uma suposta decadência de outros estilos em detrimento do rock na cidade, mas é evidente que o gênero em questão está sendo amplamente consumido, o que se demonstra também pelo retorno de Curitiba aos itinerários de grandes atrações internacionais, que voltaram a se apresentar na cidade, muito pelo fato de existir uma estrutura dedicada a grandes eventos que foi, por exemplo em 2014, a reabertura da Pedreira Paulo Leminski – o maior espaço dedicado exclusivamente para shows na cidade, com capacidade para cerca de 30 mil pessoas – mas também porque na capital paranaense existe demanda para essas apresentações, o que se comprova pela grande adesão aos eventos realizados nos últimos anos, como o show das bandas de rock: Aerosmith, em 2013; Whitesnake, 2013 e 2019; David Gilmour, em 2015; Black Sabbath e Rival Sons em 2016; Roger Waters, em 2018; Paul McCartney, Bon Jovi, Europe e Scorpions em 2019; Kiss 2015 e 2020; Metallica em 2020; entre outros.

Apenas pelo fato destes “supergrupos” roqueiros, agenciados por organizações capitalistas internacionais multibilionárias como a Universal Music Group e a EMI (Sony) considerarem Curitiba como destino para apresentações e tornarem a marcar shows na cidade, já torna plausível o argumento de que a demanda por rock na capital é significativa. No entanto, apesar de anteriormente ter colocado fatos que comprovem certa decadência do sertanejo, considerado pela maioria da comunidade roqueira como sendo “adverso” ao rock, não é sensato afirmar que Curitiba é uma cidade exclusivamente roqueira.

Alguns desses locais são temporários, servem hora ou outra como palco de festivais momentâneos ou demais eventos, que é o caso do Museu Oscar Niemeyer, do Usina 5, da Pedreira Paulo Leminski, da Ópera de Arame e da Live Curitiba, Teatro Positivo principalmente. Coincidentemente, estes são locais de grande porte, que recebem em torno de mil pessoas (Ópera de Arame, com capacidade de 1572) a aproximadamente 30 mil expectadores, que é o caso da Pedreira Paulo Leminski. Alguns desses locais só abrem para apresentações de artistas amplamente difundidos pelas mídias nacionais e internacionais.

Por exemplo, segundo o site da Gazeta do Povo (2019) entre Agosto e Setembro de 2019, os principais concertos na Pedreira Paulo Leminski são dos artistas de rock internacional

Europe, Scorpions, Whitesnake, Bon Jovi e, os nacionais Sandy & Junior, que atuam numa mescla de estilos entre pop e sertanejo. Nos demais locais de grande porte da cidade, nesse mesmo recorte, também se percebe a mesma lógica pois, são ocupados apenas por artistas difundidos na grande mídia de massa nacional e internacional, como é o exemplo das seguintes atrações em Curitiba neste período recortado: Celtic Woman, uma atração irlandesa; Fernando e Sorocaba ; Thiaguinho ; Marcelo Falcão ; Call The Police ; e Marília Mendonça .

Por limitação de tempo, espaço e também por relevância da discussão, optou-se por exemplificar as atrações que ocupam os maiores espaços de Curitiba apenas entre a janela temporal de Agosto e Setembro de 2019, mas, o padrão se repete em todos os meses, em todos os anos. Não há artistas de Curitiba ocupando esses espaços, em nenhum gênero musical específico, de modo que esses lugares ficam reservados a atrações *mainstream* nacionais e internacionais. Todavia, existem poucas exceções. Uma delas é o Festival Crossroads no Dia Mundial do Rock, que acontece todo ano no espaço Usina 5 promovido pelo bar curitibano Crossroads com atrações nacionais e também locais.

Rótulos como “a cidade do rock”, “cidade roqueira”, mesmo “Seattle brasileira” ou ainda, no sentido oposto, “Goiânia sulista”, são utilizados apenas como exercícios de reflexão neste trabalho porque desconsideram a vasta diversidade musical na cidade. Até porque a demanda por outros estilos em grandes eventos também existe. Por exemplo, a agenda do espaço Live Curitiba, um dos maiores da cidade, com capacidade para cerca de seis mil pessoas, é repleta de atrações nacionais de samba, pagode, sertanejo universitário, entre outros. A Curitiba “roqueira” existe em grande intensidade, mas entendo como sendo apenas uma de suas diversas facetas.

Segundo às redes do próprio Tork’n’Roll, eles são o maior bar de rock da América do Sul e estão na cidade. Curitiba é destino de megaeventos em torno do rock e apresenta grande demanda para essas atrações, fato é que elas continuam a vir para a capital de tempos em tempos. Entretanto, além destas ilustrações um tanto apelativas, dado ao poderio financeiro por trás dos dados expostos, Curitiba nutre uma efervescente rede *underground* em torno de gêneros adjacentes ao rock. Se de um lado a cidade possui megabares e estruturas para eventos de porte gigantesco em que o rock se faz presente muitas vezes de forma sazonal, por outro lado, dezenas – talvez centenas – de locais pequenos, com capacidade de público para poucas dezenas de pessoas – muitas vezes sem nenhuma estrutura ou até mesmo ilegais – estão em constante atividade nutrindo uma grande rede microeconômica em torno do gênero e seus desdobramentos.

## 4.2 DUALISMOS NA CENA ROCK

A cena rock de Curitiba é marcada por dualismos e estas controvérsias são frequentes durante a observação no campo. Como já mostrado em meus trabalhos anteriores, é evidente a separação entre *cover* e autoral, ou *mainstream* e *underground* em torno das expressões roqueiras na cidade.

Existe, de um lado, locais dedicados a uma celebração do rock pelo que ficou marcado com os grandes *hits* dos anos 1950 em diante, principalmente 1980 e 1990, seguindo uma lógica de repertório que valoriza o que é ainda atualmente reproduzido pelos meios de comunicação de radiodifusão – o lado esquerdo da Cauda Longa de Anderson (2006). São locais em suma frequentados por uma classe socioeconômica de maior poder aquisitivo, em regiões de maior concentração de renda, salvo algumas exceções.

A maioria das bandas neste polo tocam repertório *cover*, algumas dessas se dedicam a tocar apenas o repertório de uma banda de renome. São esses dois tipos de grupos que conseguem frequentemente tocar remuneradamente. Exemplo prático disso são as duas bandas em que atuo. U2 e Bon Jovi são os dois grupos de rock mundialmente “mais caros” no momento em que escrevo. Isso se reflete em nossa demanda de mercado também, mesmo sendo *cover*. Neste lado da cena rock, as lógicas são essencialmente capitalistas. Um exemplo disso é o repertório dos grupos, que é muito parecido, muitas vezes apelidados de “repertórios Mundo Livre” – referência à rádio rock em Curitiba que atualmente possui maior audiência.

Não significa que os grupos que atuam segundo esta lógica não tenham composições próprias, porém, é raro a inserção de músicas, ou mesmo de arranjos autorais. Certa vez no camarim do Clay Highway Bar, presenciei o grupo Electric Mob combinar de abrir um show com uma música autoral. Eles falavam em “provocar” a plateia, justamente porque essa é uma prática incomum nestes locais em que se busca um repertório de *hits*. Começar um show com uma música autoral é então contrariar a lógica deste mercado pois se espera, em geral, que a primeira música de um concerto seja um grande *hit* já mundialmente conhecido que faça a audiência interagir em massa, ao menos cantar a música junto com a banda. Esta parte da cena rock a que me refiro é intensamente moldada pelo entretenimento. A função da música nesta porção é entreter. Música conceitual e introspectiva não cabe nestas lógicas, portanto a maioria dos grupos musicais de rock que atuam neste segmento buscam a interação da plateia como medida para avaliação de um concerto.

Em outras palavras, o show é bom e “funciona” se o público interage, canta as músicas junto com a banda, se aplaude, se pede bis no final, se filma e compartilha nas redes sociais

marcando nas publicações *online* a página do grupo musical e da casa noturna, se consome mais no bar, se lota o espaço em que acontece a apresentação, etc. Esses são os parâmetros para músicos e contratantes avaliarem o desempenho de um concerto de rock nesta parte da cena em que descrevo. Tais efeitos determinam se uma banda volta ou não a tocar em uma casa. Por isso a escolha do repertório é dependente dos efeitos que causa, o que previne mudanças bruscas uma vez que já se tenha uma “receita” do que “funciona” neste mercado.

Por ser determinada pelas lógicas dos *hits*, esta porção da cena rock é resistente a mudanças de repertório e performance. Como depende da referência dos grandes clássicos das décadas anteriores, os grupos musicais, no intuito de atender a demanda do público, se prendem a simular performances de bandas mundialmente conhecidas e difundidas. Saulo Strada, vocalista dos grupos em que atuo e produtor musical com mais de vinte anos de atividade em Curitiba explica em entrevista para a TV É-Paraná como essas demandas partem do público:

É a proposta da banda, tentar chegar o mais próximo possível do original, isso inclui roupas, performance, equipamento, é um estudo bem minucioso para chegar perto do original. A gente faz isso justamente para encantar o fã do U2. [...] Eles acabam se emocionando porque muitas vezes, muitos deles ainda não foram em um show do U2. [...] Eles acabam se emocionando, a gente cansa de ver pessoas chorando justamente pelo fato de a banda ser parecida, som, imagem, enfim (STRADA, 2016).

O exemplo máximo de simulação são as bandas *cover* em que o vestuário, os trejeitos, a performance, os timbres, os instrumentos, as falas, entre outros elementos são emulados em um concerto ao vivo. Logicamente, esse fenômeno não se restringe às bandas exclusivamente *cover* de apenas um grupo de sucesso e sim por toda a porção da cena rock que visa a lógica dos *hits*, o que reforça a reprodução simulada do real, que é justamente o conceito de *cover*. Os grupos de rock desta porção da cena se dedicam à imitação. As simulações estão presentes em vários níveis, desde a marca de um instrumento trocada para parecer uma outra mais cara (e assim impressionar público e contratantes), até gravações de *playback* feitas previamente em estúdio para corrigir imperfeições na performance.

Um paradoxo das simulações na cena rock de Curitiba é que frequentemente se exige de um artista *cover* que ele performe “melhor” do que o artista original. Se o Bono Vox errar uma canção em um show ao vivo, tudo bem, porque afinal ele é o cantor original do U2. Mas caso o vocalista *cover* cometa um erro grotesco, ou mude demais a execução, ele será de alguma forma cobrado por isso, seja pelo público ou pela própria banda em que atua. Neste caso, quando a simulação extrapola o real, entendo, segundo a perspectiva de Baudrillard (1991), que surge um simulacro.



Por exemplo, é comum guitarristas mudarem seus solos ao vivo, eles improvisam, mudam arranjos e muitas vezes erram. Em uma banda que atua com *covers* é esperado que o solo de guitarra da performance ao vivo seja igual ao do disco da banda original – que é a referência comum porque, em geral, as gravações de estúdio são as que tocam nas rádios e nas *playlists online*. Considerando um guitarrista como Jimmy Page, do Led Zeppelin, por exemplo, isto seria um simulacro porque nem mesmo Page reproduz seus solos ao vivo de maneira idêntica aos da gravação. Portanto, esta porção da cena rock, movida por lógicas capitalistas de repetição de *hits* é também repleta de simulações e simulacros em diferentes níveis.

Por outro lado, existem manifestações rock e locais que não se articulam seguindo as lógicas colocadas até aqui. Pelo contrário, negam as influências de um *mainstream* midiático em torno do rock. Felipe Estivalet (2020) e Celso Costa Segundo (2019) mostram outras faces do que seria essa grande cena rock em Curitiba, o que me gerou certo desconforto inclusive em considerar o *underground* citado pelos autores como parte da mesma cena que estudo, dados às tantas diferenças. Fato é que alguns indivíduos e alguns locais permeiam e são permeados pela prática do rock, ora segundo uma lógica, ora segundo outra. Alguns músicos atuam tanto no *underground* como em apresentações que seguem a lógica dos *hits*. Alguns locais, ora são palco para bandas *cover* e ora são palco para bandas autorais que não executam músicas de outros artistas e se inserem num contexto *underground*.

Novamente surgem as controvérsias. Por exemplo, Estivalet nos apresenta uma prática de escuta de apresentações de rock – shoegaze, mathrock, post-rock – de grupos autorais curitibanos onde as pessoas se reúnem para escutar música ao vivo de forma introspectiva, como se estivessem em suas próprias “bolhas”, porém reunidas presencialmente em um concerto. Não se vê pessoas alcoolizadas pedindo músicas de duplas sertanejas apenas para causar tumulto, por exemplo, pois a audiência é focada na apresentação musical.

Estivalet destaca um “virtuosismo da escuta”, referindo-se à prática atenta da apreciação, algo que não acontece nos locais em que estive presencialmente para este estudo. Pelo contrário, nos locais em que estive havia dois tipos de comportamentos controversos: uma evidente euforia coletiva durante a execução de determinadas canções – sempre *hits*; um completo descaso com o grupo musical e as canções executadas, com pessoas de costas para as bandas, priorizando a sociabilidade – conversar, beber, fumar, namorar, paquerar – enquanto os grupos se apresentam.

O assédio sexual também é bastante comum neste polo da cena voltada aos “*hits*” tanto com quem está na plateia quanto com quem está no palco. Certa vez, no Clay Highway, ao subir numa caixa *front fill* para a execução de um solo de guitarra, fui puxado pelas pernas por um

grupo que dirigiam a mim palavras de assédio. Em questão de segundos, uma dessas pessoas inclusive tentou segurar minha mão durante a performance e, só não caí da caixa, o que arruinaria o concerto, porque outro grupo de pessoas, vendo o absurdo da situação, as impediu de continuar. Isso demonstra, em relação ao parágrafo anterior, como a euforia e o descaso podem também aparecer juntos no comportamento do público, motivados muitas vezes por um aparente fetichismo em relação a quem está sob os holofotes – que seria, neste exemplo, a objetificação sexualizada do artista.

Costa Segundo (2019) apresenta ainda uma outra perspectiva, assim como Estivalet, voltado a manifestações de contracultura – o *psychobilly*. Este gênero também é derivado do rock, porém é tido como uma manifestação *underground* pois nega as lógicas dos *hits*. Neste nicho, segundo o autor, existem muitas bandas autorais curitibanas com público cativo dentro e fora da capital paranaense. Costa Segundo nos mostra que, diferente do contexto em que eu me inseri como pesquisador e performer, existe muita união entre os grupos musicais e agentes em torno do *psychobilly*.

Por outro lado, nos contextos em que eu e Estivalet nos inserimos, a falta de união entre os grupos é um assunto recorrente. No caso que estudo, as bandas se conhecem, mas não costumam ter muita afinidade, salvo algumas exceções. Por outro lado, Estivalet comenta que os grupos com os quais teve contato na maioria das vezes nem mesmo se conheciam. No caso de Costa Segundo, os *psychos* além de se conhecerem, se apoiam e costumam trabalhar em conjunto na realização de festivais como por exemplo o *Psycho Carnival*, que é uma festa de *psychobilly* em Curitiba conhecida mundialmente e que teve sua idealização por Vlad Urban, que é membro da banda *psycho* “Os Catalépticos”.

Com tantas controvérsias e interseções sem um aparente padrão fica impreciso estabelecer filtros. Segundo as descrições, são contextos diferentes, todos tendo o rock como elemento comum, entretanto opostos em suas lógicas. Porém, é fato que existem fluxos entre duas orientações, embora de modo geral pareçam tão adversos. Como esta questão ainda precisa de trabalho e desenvolvimento, para fins metodológicos, considerarei de forma transitória que existe em Curitiba dois polos em torno das práticas do rock, porém dentro da mesma cena musical. De um lado, lógicas capitalistas que primam por bandas *cover*, menos heterogêneo, massivo, focado na reprodução de *hits*; de outro um *underground* diverso, dividido em nichos, com forte presença de música autoral e que nega o *modus operandi* do anterior.

A etnografia desta pesquisa se concentra no primeiro contexto, uma cena musical roqueira em que a função principal da música é promover entretenimento – por meio da incitação à resposta física e a emoções adjacentes à euforia. Uma cena roqueira que é simulada

no sentido em que busca imitar grandes clássicos da história do rock e que segue lógicas de obtenção de lucro segundo as demandas da audiência por *hits*.

#### 4.3 LOCAIS

Estive presente em vários locais de shows de rock na cidade: bares, teatros, auditórios, universidades, locais a céu aberto, restaurantes, hamburguerias, praças, entre outros. Dos diversos locais de apresentação musical em Curitiba, os espaços mais utilizados são bares. Existem vários tipos de bar na cidade, os mais comuns são pubs, moto bares e bares americanos.

Pub<sup>24</sup> é um dos tipos de bar, trata-se de um ambiente que vem da tradição britânica onde as pessoas comem e bebem sentadas, ali existe uma preocupação conceitual com as cervejas servidas, é também um lugar em que pessoas se reúnem para *happy hours*<sup>25</sup>, petiscar e conversar geralmente após o expediente de trabalho, que termina entre às 18 e 19 horas. Sheridan's Irish Pub, Barbarium Pub, Slainte e Jokers Pub são exemplos curitibanos deste tipo de bar.

É importante ressaltar que nem todo bar com “pub” no nome é de fato um pub. Segundo a *British Beer and Pub Association* (2020), apesar da mudança pela qual passaram os modelos deste tipo de bar ao longo da história, eles se caracterizam por geralmente ser de pequeno porte, servir comida, cerveja característica (*Ale*, *Lager* e *Escura*) em um ambiente aconchegante que lembre casas britânicas do séc. XIX. É comum em *pubs* cortinas xadrez com prendedores de laço, toalhas em cima das mesas, móveis rústicos, iluminação baixa remetendo aos lampiões antigos, balcões e armários grandes de madeira bruta, cristaleiras com bebida armazenada, sofãs no estilo “canto alemão” com acabamento em capitonê, etc. Nos pubs as pessoas se reúnem para conversar, assistir a jogos esportivos em televisões e, em alguns, acontecem apresentações musicais.

Moto bar é um estilo de casa noturna em que se conecta o gosto por rock com a prática do motociclismo e o gosto por carros antigos e *muscle cars*, etc. Nestes espaços as pessoas podem entrar com suas próprias motocicletas no bar e, em alguns casos, o local é projetado com uma via destinada à passagem das motocicletas mesmo perto do palco. O espaço costuma ser

---

<sup>24</sup> Abreviação de *public house*.

<sup>25</sup> Em português traduz-se “hora feliz”. Muitos bares aproveitam o horário em que o expediente comum termina para não cobrar entrada e oferecer promoções de comidas e bebidas como atrativo. Inicia-se por volta das 18 horas e termina próximo às 20 horas. No Sheridan's Irish Pub, por exemplo, o grupo musical começa a tocar próximo às 22 horas. Em alguns lugares é comum ter um duo ou mesmo um cantor(a) solo executando voz e violão no período do *happy hour*.

amplo, as pessoas costumam a ficar mais em pé do que sentadas, o balcão onde são servidas as bebidas é geralmente no centro do local, há poucas mesas e cadeiras, normalmente são construídos em galpões com poucas divisões internas. No moto bar é possível enxergar quase a totalidade do lugar porque não existem ou são poucas as paredes internas. A sensação de estar em um destes bares é de muito espaço, diferente do pub que é “aconchegante” e remete normalmente à estrutura de uma casa. Exemplos de moto bares em Curitiba: Clay Highway Bar, Tork’n’Roll, Armazém Garagem, Detroit Club, Route 116 e Distrito 1340.

Os bares no estilo “americano” são um meio termo entre o pub e o moto bar, podendo variar muito em tamanho. Estes locais possuem em geral um grande balcão com um ou mais *barmen*<sup>26</sup> trabalhando, um amplo armário para exposição de bebidas, mesas e cadeiras em maior quantidade que um moto bar. Diferente do pub, o bar no estilo americano não remete às casas antigas, nem sempre busca passar a sensação de aconchego, são mais maleáveis quanto a decoração e a proposta, podendo apresentar interiores ora retrô, ora modernos. É o tipo mais comum de bar na cidade, por exemplo: Crossroads, Hermes Bar, Aqualung, Dobrucki, Empório São Francisco, John Bull Pub, Phoenix Bar, Blood Rock Bar e Peppers.

Além destes tipos de bar existem outros locais em que apresentações rock são bastante presentes em Curitiba. Nos últimos cinco anos percebe-se abrindo na cidade uma grande quantidade de estabelecimentos do tipo cervejaria e hamburgueria, acompanhados por praças de alimentação a céu aberto dedicadas principalmente a estes tipos de comércio, como por exemplo o Ca’dore e o Souq. Hamburguerias são espaços em que a principal atração são hamburques *gourmet* e cervejarias são locais em que normalmente se fabrica a bebida que se vende no próprio estabelecimento, comumente variados tipos de chopp, tendo os tonéis à vista do público e uma característica também artesanal na produção.

FIGURA 3 – QR CODE DE ACESSO PARA IMAGENS DOS PRINCIPAIS TIPOS DE BAR EM CURITIBA



FONTE: O autor (2020)

<sup>26</sup> Plural de *barman* (masculino) e *barmaid* (feminino). São os profissionais que preparam *drinks* em um bar.

#### 4.4 DINÂMICAS ENTRE PÚBLICO, GRUPOS E ESTABELECIMENTOS

Os principais locais de apresentações rock em Curitiba são bares, mais especificamente dos tipos pub, moto bar e americano. Focarei nesses espaços para as descrições a seguir. As expressões musicais nesses lugares são tornadas possíveis por pessoas, que se reúnem em diferentes funções, todas aqui entendidas como, de algum modo “fazer musical” (SMALL, 1998). Existe: o público, que usa esses locais com a função de entretenimento – social, gastronômico e musical; músicos, que desempenham uma função em suma laboral e temporária, podendo ou não ter uma frequência de retornos nos locais em que atuam; o *staff*<sup>27</sup> da casa noturna, garçons, *barmen*, faxineiros, seguranças, atendentes no caixa, cozinheiros, técnicos de som e luz, entre outros. Os contratantes dos grupos musicais também fazem parte do *saff* das casas, mas não é comum encontra-los à vista durante as apresentações. Quem contrata as bandas normalmente é o próprio dono do estabelecimento ou algum agenciador que possui acordo com a casa noturna.

O agenciador é uma pessoa que desempenha a nível local, normalmente para um único bar, o que as *booking agencies*<sup>28</sup> fazem a nível continental e global. O papel desta pessoa é intermediar, conectar grupos musicais com o bar em que trabalha, normalmente tem contato direto com o proprietário da casa noturna e pode, inclusive, encomendar bandas para atuar no estabelecimento. O agenciador é uma figura que detém um “catálogo” de bandas e cuida da agenda de uma casa noturna. Em Curitiba é comum formarem-se bandas “por encomenda” seguindo essa lógica. Inclusive, durante minha atuação na cena, percebo que a figura do agenciador é um tanto assediada pelos músicos, pois é com esta pessoa que estão as oportunidades de se apresentar. O bom relacionamento com eles pode determinar se um músico tem ou não espaço nos palcos da cidade. Entretanto, nem todos os bares possuem agenciadores.

Os grupos musicais de rock são formados principalmente por guitarristas, vocalistas, bateristas, baixistas e tecladistas. Existem outros músicos que executam instrumentos diferentes como por exemplo trompete, saxofone, trombone, harmônica, violino, entre outros, porém, a formação mais comum de grupos de rock são quartetos com voz, guitarra/violão, baixo elétrico e bateria. A função dos músicos consiste principalmente em ensaiar e se apresentar, mas é, de certa forma, esperado pelo público e pelos contratantes que a banda de rock, principalmente o

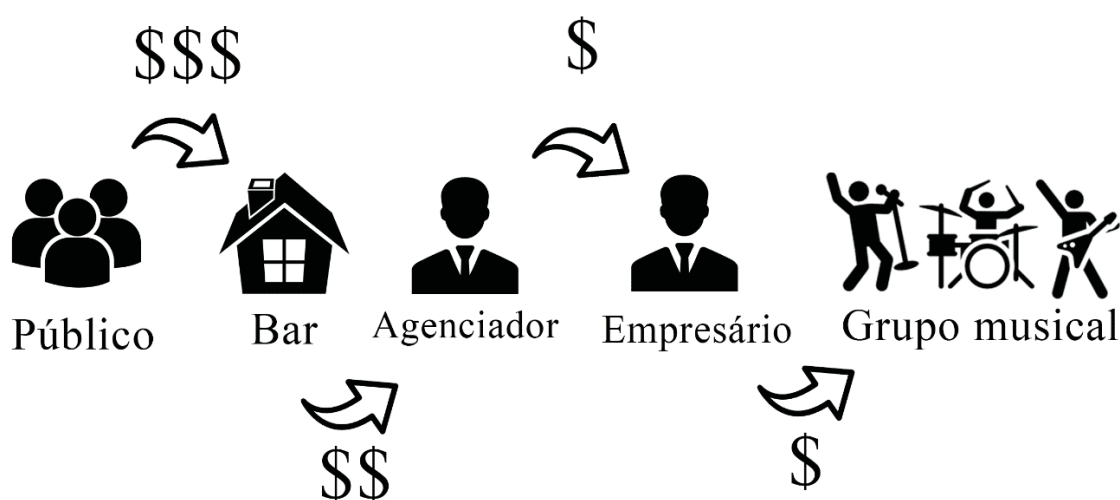
---

<sup>27</sup> Em inglês significa um grupo de pessoas que representam/trabalham vinculados a determinado local. Escolhi este termo porque é o que mais aparece na linguagem das pessoas na cena, comumente o termo *staff* vem escrito em camisetas e uniformes de trabalho para indicar que o determinado indivíduo representa o local em que está inserido.

<sup>28</sup> Agências de agendamentos de show.

vocalista, tenha a capacidade de animar os presentes no local, o que garante a quase necessidade de uma atuação extrovertida nesta função. Há ainda, em alguns casos apenas, a presença de *roadies*<sup>29</sup> e de empresários atuando com as bandas. A função do *roadie* é montar o palco para os músicos e atender determinadas necessidades que envolvam a apresentação musical. O empresário é a parte da banda que negocia e agenda shows.

FIGURA 4 – ESQUEMA DE RELAÇÕES ENTRE PÚBLICO, BARES E GRUPOS MUSICAIS



FONTE: O autor (2020)

Para o público existem duas dinâmicas de funcionamento nos locais da cena rock de Curitiba, depende do local. O cliente pode chegar ao estabelecimento, pegar uma ficha de consumação, dispor das funcionalidades do local (atrações artísticas, dependências internas, ingeríveis, etc) e acertar a conta ao final de sua estadia, nos caixas; ou, logo que entrar no estabelecimento, procurar um caixa, comprar *vouchers* de consumação e consumir após ter efetuado o pagamento. A primeira forma é a mais comum e a segunda acontece com mais frequência em locais de grande porte, especialmente nos moto bares. Os estabelecimentos em Curitiba ficam abertos, em geral, das 18 horas até as 2 horas da manhã, mas há exceções, como por exemplo bares em que a atração termina sua apresentação às 03:30.

Antes de se apresentarem, os grupos musicais, quase sempre, destinam um tempo para ajustar o som com o auxílio de um técnico de som, que pode ser membro do grupo ou contratado da casa noturna, o que é mais comum. É o que chamam de “passagem de som”. Em alguns locais esse momento acontece antes de a casa noturna abrir as portas para receber público, em

<sup>29</sup> Do inglês, “pessoa que trabalha na estrada”. São os técnicos que auxiliam os grupos musicais na estrada e na montagem de palcos.

outros, pode acontecer enquanto as pessoas chegam ao local. Algumas casas não “passam o som” porque dispõem de equipamento de áudio digital em que se é possível salvar *presets*<sup>30</sup>, eliminando a necessidade de toda vez que um grupo se apresentar, ter que repetir o processo.

Há casos específicos em que o bar exige a presença do grupo musical horas antes de iniciar suas atividades com o público, o que acontece no Hard Rock Café, por exemplo. Os grupos musicais têm, em geral, entre duas e duas horas e meia de tempo para apresentação, podendo acontecer intervalos, normalmente de meia hora. Na maioria dos locais, o horário em que o concerto começa é maleável. Há espaços em que isso é uma norma rígida, mas na maioria, a hora em que se inicia uma apresentação depende do movimento de pessoas na casa noturna. Geralmente é durante a apresentação musical em que se dá o ápice de consumo interno e, por isso, tenta-se protelar ao máximo a duração de um show.

Sendo assim, a apresentação musical “segura” o público no ambiente e, por isso, os intervalos durante os concertos são usados de forma estratégica, segundo a lógica de cada estabelecimento. Por exemplo, no Hard Rock Café, que é um tipo de bar restaurante, onde existe uma certa rotatividade, o intervalo é maior, com cerca de uma hora, e é utilizado como tática para que os presentes deixem suas mesas para outros, que estão na fila de espera. Isso gera maior rotatividade de clientes e, por ser um restaurante em que o produto principal são pratos culinários que demoram a ser produzidos, é mais interessante para o negócio que, tendo entregue o consumível, o cliente ingira rápido e deixe o local.

Por outro lado, negócios como moto bares, pubs e bares americanos tendem a não praticar intervalos nos concertos, exceto quando há mais de uma apresentação musical o que, nesse caso, é inevitável dado à logística de desmontagem e montagem de palco. Em bares, onde o produto principal são os *drinks*, consumíveis de rápido preparo e consumo, é preferível ao estabelecimento segurar o máximo de pessoas pelo maior tempo possível, por isso os grupos musicais tocam geralmente sem interrupções. O ambiente desses espaços sempre possui música sendo reproduzida mecanicamente em *playlists*, porém em menor intensidade do que as apresentações.

O controle da temperatura é algo que não é explícito, mas, perceptível dado aos anos de vivência no cenário. Mesmo com ventiladores e equipamentos de ar-condicionado, alguns locais deixam a temperatura interna elevar propositalmente, assim as pessoas sentem calor, logo sentem mais sede e consomem mais bebidas. Além disso, certa vez conversei com uma cozinheira que confessou aumentar a quantidade de sal nos petiscos para provocar o mesmo

---

<sup>30</sup> Bancos de informação pré-formatados.



efeito nos consumidores e, assim, os induzir a consumir mais bebida, que é na maioria das vezes cerveja ou chopp gelado e representa a maior fatia de lucro de uma casa noturna. Esses dados ilustram como as práticas nos estabelecimentos da cena rock seguem lógicas estritamente capitalistas, o que afeta público e grupos musicais em diferentes formas.

O horário de início das apresentações é determinado por lógicas internas, relacionadas aos picos de consumo e a lógicas externas, relacionadas à vizinhança e ao expediente comum de trabalho dos clientes, que tendem, em sua maioria, deixar o trabalho às 18:00 horas. Em dias no meio da semana (de Segunda à Quinta-Feira) são raras as apresentações, mas as que acontecem acabam no máximo à 00:00 hora, pois os clientes, em geral, iniciam seus expedientes de trabalho pela manhã do dia seguinte. Nas Sextas-feiras, Sábados e feriados, as apresentações tendem a acabar mais tarde, por volta das 02:00 horas e das 03:30.

Os concertos duram em média de duas a duas horas e meia e, em geral, o final das apresentações marca também o final das atividades da casa noturna. Em bares que encerram as atividades às 02:00 horas, o grupo musical tende a iniciar a apresentação à 00:00 hora e assim por diante. Caso haja mais de uma apresentação musical, a tendência é que o horário seja programado de acordo com o fim do expediente da casa noturna.

Algumas casas noturnas têm problemas com a vizinhança em relação à intensidade sonora gerada pelos concertos e isso determina e modifica a dinâmica de funcionamento dos estabelecimentos, bem como das performances dos grupos musicais. Muitas das casas noturnas encontram-se em bairros residenciais de Curitiba e não possuem isolamento acústico apropriado. Como a Lei Municipal 10625/02 (CURITIBA, 2002) prevê limites de emissão sonora entre as 07:00 horas da manhã e as 22:00 horas, algumas casas precisam se adequar. Nem sempre a casa noturna encerra suas atividades antes das 22:00 horas por causa de vizinhos, é comum existirem acordos informais entre donos de estabelecimentos e vizinhança para uma tolerância de horário, mas em geral não passa da 00:00 hora.

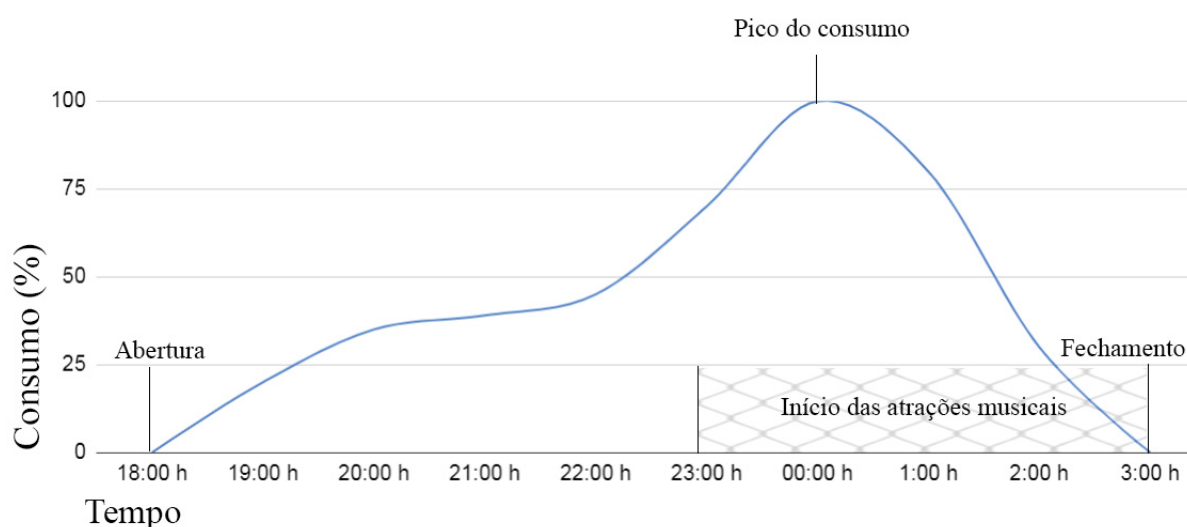
André Hernandez<sup>31</sup>, músico que hoje atua em Portugal, (informação verbal) comentou para este estudo que em países da Europa os concertos não costumam iniciar muito tarde e que isso faz com que as pessoas saiam de seus trabalhos, assistam aos shows relativamente cedo, mesmo no meio da semana, e consigam estar de volta em casa antes da meia noite para descansar. Em Curitiba isso não acontece porque comercialmente é inviável para as casas

---

<sup>31</sup> André “Zaza” Hernandez foi guitarrista da banda curitibana The Elder, é um brasileiro de destaque na cena rock mundial, está na lista dos 70 melhores guitarristas brasileiros da revista *Rolling Stone* (Fonte: <https://goo.gl/a6zKLo>), ensina guitarra há mais de 30 anos, tanto presencial como em meio *online*, já esteve em turnê em vários países e se apresentou em uma edição do Festival *Rock in Rio*, um dos maiores festivais de rock no mundo.

noturnas. Em conversas informais com sócios e proprietários de bares curitibanos foi confirmada minha hipótese de que o pico de consumo nas casas se dá durante as apresentações musicais e, por isso, estas são proteladas para o mais tarde possível, a fim de manter o público no estabelecimento. A seguir elaborei um esboço de como se dá o consumo nas casas noturnas com o passar do tempo.

GRÁFICO 4 – CONSUMO X PASSAGEM DO TEMPO EM BARES DE CURITIBA



FONTE: O autor (2020)

#### 4.5 GRUPOS MÚSICAIS, PÚBLICO, REPERTÓRIO E APRESENTAÇÕES

Tanto quem está no palco, quanto quem está na plateia são fãs do gênero musical rock. Este gênero, especialmente, como já explicado anteriormente pelo posicionamento de Baugh (1993), é uma forma musical que instiga o corpo a se mexer e que tende a provocar respostas psicológicas relacionadas à euforia. Embora um tanto subjetivo de se afirmar, percebo que ser fã de rock é uma constante “prova de amor”, o que faz a maioria do público e dos grupos musicais deste gênero atuar com muita paixão durante as apresentações.

Os fãs e os músicos tendem a se comportar de forma muito parecida com relação, por exemplo, às vestimentas. Embora existam variações no modo se vestir e a cena musical rock seja extremamente diversa, o “uniforme de guerra” de um roqueiro é calça jeans normalmente azul, preta, ou cinza, camiseta preta com estampa de algum grupo de rock, coturnos ou tênis no modelo *all star*. É comum tanto homens como mulheres usarem cabelos compridos e muitos deles pintarem o cabelo de diversas cores: vermelho, verde, roxo, etc. Acessórios como braceletes, pulseiras, colares, tatuagens, bandanas, chapéus, cintos com rebites em formato de

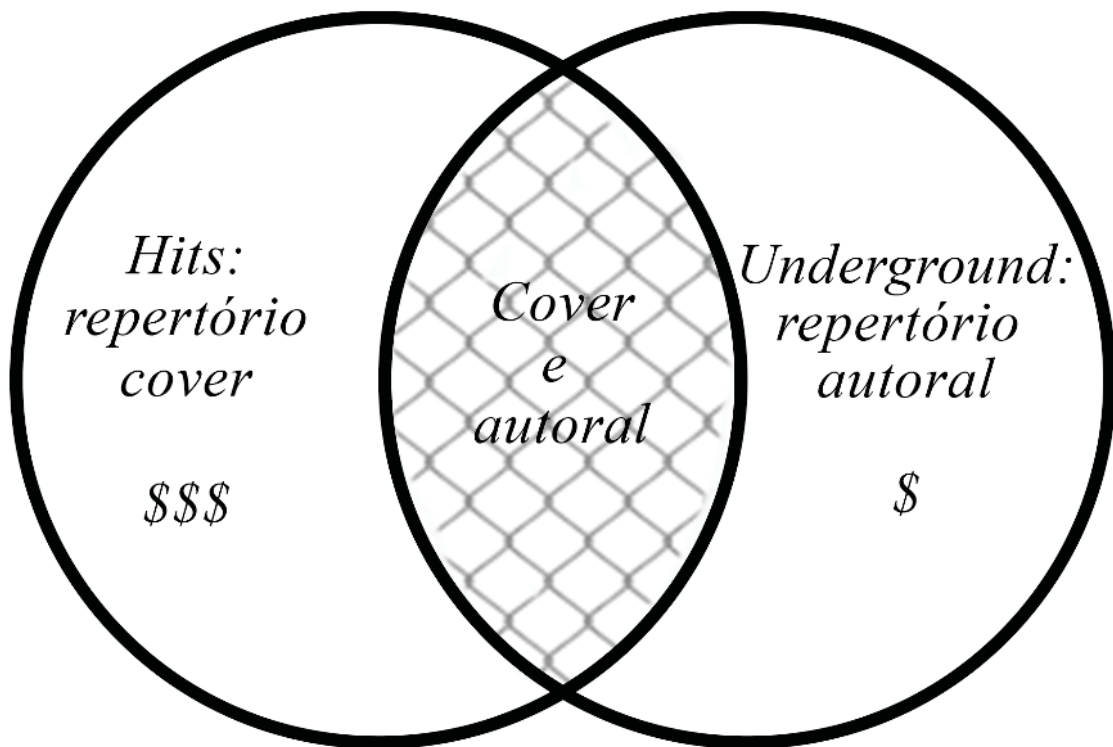
pirâmides ou *spikes*, botas no estilo *western*, peças de roupa rasgadas, jaquetas e coletes de couro, roupas em geral apertadas, esmalte preto nas unhas, maquiagem de cor preta, óculos escuros, entre outros, são comuns nas pessoas que vão a shows de rock na cidade. Contudo, isso não é uma regra ou parâmetro para aceitação, de modo geral as pessoas tendem a não dar muita atenção se alguém está vestido como descrito acima.

Em um show de rock, nos locais deste polo “*hit*”, é comum o consumo de álcool, sobretudo cerveja e *drinks* destilados preparados pelos *barmen*. Muitas pessoas fumam cigarro, o que torna os fumódromos sempre abarrotados. Drogas ilícitas são repreendidas pela maioria dos locais, mas já presenciei pessoas fazendo uso de maconha e também de cocaína. Nos locais em que estive presente, o uso dessas substâncias é expressamente proibido, especialmente pelos músicos que, se forem pegos pelo *staff* do local, podem sofrer represálias, como por exemplo, não tocar mais no determinado estabelecimento. Em geral, o consumo de substâncias ilícitas é algo velado e acontece nos bastidores – banheiros, camarins, estacionamentos, etc.

É evidente que o repertório, a performance e a proposta estética de um grupo musical de rock interferem na sua própria atuação na cidade. A escolha do repertório, junto à adequação dos grupos no que tange a produção e o posicionamento de *marketing* – a nível artístico, audiovisual e de entretenimento – ditam em que polos os grupos vão atuar. Como já comentado anteriormente, há um polo destinado à reprodução de *hits*, com repertório *cover* e atrações difundidas a nível nacional e internacional; e outro polo *underground*, com repertório autoral, ou *covers* de grupos de contracultura, que vão propositalmente contra o *status quo* estabelecido pela repetição de *hits* nos grandes meios de comunicação.

O público de um polo é diferente de outro, porém existem interseções. Essas interseções são mais comuns na atuação dos músicos, que ora se apresentam com repertório autoral, ora com repertório *cover* em diferentes locais. Algumas casas também alternam entre os posicionamentos, recebendo música autoral ou *covers*. O mais comum, entretanto, são casas destinadas ou ao repertório de *hits* ou ao repertório *underground*. Em locais destinados a *hits*, a performance da música autoral aparece pontualmente no meio de um repertório *cover*, em uma posição estratégica para que não destoe da tendência da apresentação. As apresentações exclusivamente autorais em casas destinadas a *hits* acontecem com mais frequência em dias da semana de pouco movimento, como Segundas, Terças e Quartas-feiras. Seguramente é possível afirmar que no polo dos *hits* é onde tanto para os músicos, quanto para as casas noturnas, existe maior demanda e, logo, maior lucro.

FIGURA 5 – POLOS DA CENA ROCK DE CURITIBA



FONTE: O autor (2020)

Os locais em que estive presente elaborando a observação participante seguem a lógica do primeiro polo, o qual denominarei “*hits*”: Armazém Garagem, Hermes Bar, Clay Highway Bar, Sebas Rock Bar, Sheridan’s Irish Pub, Tork’n’Roll, Barbarium Pub, Detroit Club, Phoenix American, Lounge Batel, Rock’n’Ribs, Teatro Sesi de São José dos Pinhais, entre outros. Em suma, o repertório dos grupos musicais dá conta de grandes sucessos que variam principalmente entre canções da década de 1950 à década de 1990.

Algumas pessoas fazem uma distinção entre os tipos de bandas *cover*. Conforme Shuker, “o exemplo extremo de banda *cover* é aquela que não usa apenas uma banda de renome como base, mas realmente a imita, apresentando-se como um simulacro da original - e exibindo um alto nível de competência musical” (SHUKER, 1999, p. 200). Por banda *cover* entendo que são grupos musicais que executam composições de outros artistas, podendo ter no repertório apenas uma banda de referência ou um conjunto de referências – que podem ser as mais variáveis possíveis, misturando *hits* de diferentes décadas, nacionais e internacionais, ou que representem um estilo específico dentro do rock.

Em países de língua inglesa é utilizado a expressão *tribute band* para referir-se a bandas *cover* de um único grupo musical de sucesso. Porém, em Curitiba, é comum utilizarem “banda tributo” para referirem-se ao tipo de grupo que interpreta diferentes *covers* de diferentes

referências. É comum também aparecer a terminologia “tributo” referindo-se a um show esporádico de determinada banda, onde este grupo “presta um tributo”, uma homenagem a determinado artista. Acontece principalmente quando algum artista famoso falece, quando um artista renomado está de passagem pelo país, ou quando é lançado um filme sobre determinado músico. Para evitar confusões, usarei a terminologia *cover* para ambas as situações.

Para demonstrar os grupos musicais ativos neste polo da cena musical rock de Curitiba, bem como seus respectivos posicionamentos e estéticas, escolhi um pub, dois moto bares e dois bares americanos, respectivamente: Sheridan’s Irish Pub, Clay Highway Bar, Tork’n’Roll, Crossroads e Blood Rock Bar. A seguir estabeleci um limite de um mês, utilizando Dezembro de 2019, em que, por meio da divulgação *online* destes locais, foi possível recortar uma amostra da atividade musical das bandas de rock em Curitiba.

O ambiente virtual do qual retirei essas informações foi o site Facebook, no qual se encontram públicas, e que fornece uma aba para a divulgação de eventos nas *fanpages* dos estabelecimentos. A seguir, é possível acessar a lista dos grupos musicais e seus respectivos repertórios. Foi anexado também o material público de divulgação dos eventos.

FIGURA 6 – GRUPOS MUSICAIS ROQUEIROS ATUANTES EM DEZEMBRO DE 2019 EM CURITIBA



FONTE: O autor (2020)

Ao analisar as atrações é possível concluir rapidamente que existe pouca diversidade de repertórios. Os grupos tendem a se repetir na escolha de músicas e de referências. Por exemplo, existem vários *covers* de ACDC atuando na cidade. Apenas em Dezembro de 2019 três diferentes bandas com esse repertório estiveram nos palcos desses bares: TN-SHE, Highway to Rock e Alta Voltagem. Outras referências muito repetidas no repertório dos grupos são: Bon Jovi, Guns and Roses, Aerosmith, Queen, U2, Led Zeppelin, Foo Fighters, Black

Sabbath, entre outros grupos de sucesso mundial. Por exemplo, desses grupos que atuaram em Dezembro de 2019, os que possuem Bon Jovi em seus repertórios, somente os que pude vivenciar pessoalmente, são: Delorean, Heartfield, Bon Jovi Cover Brasil, Backstage, Asgard, Silvermoon, Electric Mob, Hawks, Boogie Night, entre outros. Isso acontece com várias outras referências internacionais.

Elencar aqui as músicas mais tocadas seria um exercício redundante dado à acentuada repetição de referências, então, conclui-se concomitantemente à própria experiência que as músicas escolhidas também se repetem. Além disso, o repertório dos grupos se comporta de forma parecida com uma *playlist*. Isto é, as músicas são dispostas em uma sequência de “ganchos”, de forma que uma música puxa a outra, seja pela proximidade de estilo, pelo artista de referência, pela época em que foi lançada – o que tem a capacidade de acessar memórias afetivas, entre outras categorias. Embora existam estudos científicos sobre música e emoção, no contexto em que descrevo, as emoções causadas pelas diferentes composições são subjetivamente entendidas na montagem de um repertório. Como já comentado anteriormente, uma apresentação de rock “funciona” para este polo da cena rock quando tem a capacidade de “animar” a audiência.

Para isso, além do entretenimento musical, a performance do grupo busca geralmente uma resposta física na plateia, então há uma preferência por faixas que provoquem emoções condizentes, normalmente que causem euforia. Músicas em baixo andamento, em modo menor, com baixa intensidade de volume sonoro tendem a “não funcionar” porque, em geral, não instigam o público a responder fisicamente com emoções relacionadas à alegria, pelo contrário, contribuem à introspecção. Por isso, como este polo está diretamente relacionado ao entretenimento, as faixas escolhidas na construção de um repertório tendem a expressar alto volume sonoro, andamentos que variam do *moderato* ao *vivace* e modo maior.

A constância de uma apresentação também é subjetivamente levada em conta pelos músicos e representantes da casa noturna pois, tem-se a ininterrupção das músicas executadas como sendo essencial para manter os ânimos da audiência elevados. Ou seja, evita-se pausas entre uma música e outra. É comum, inclusive, os músicos “emendarem” uma música na outra. Esta lógica faz com que muitas vezes músicas sejam harmonizadas ou apenas agrupadas num mesmo tom para facilitar junções entre as peças. Assim, uma faixa que termina em um tom maior, por exemplo, é facilmente “amarrada” à outra de tom igual, ou relativo menor, sem que o grupo pare de tocar. Em apresentações de rock em Curitiba é muito comum ouvirmos o último acorde de uma música ser também o primeiro da faixa seguinte. Essa preocupação na montagem

de um *setlist*<sup>32</sup> se dá por causa do efeito emocional empiricamente percebido na audiência, o que confere também o carácter de *playlist* ao vivo nas apresentações musicais.

É comum e, de certa forma necessário, que exista um diálogo entre o grupo musical e o público presente num local. Normalmente, quem faz esta mediação é o vocalista, o que pode ocorrer de forma espontânea ou previamente planejada. Normalmente esta comunicação se dá com piadas, comentários sobre a noite, elogios ou pedidos ao público, agradecimentos, apresentação dos membros do grupo, dedicatórias, entre outras. As falas acontecem normalmente entre sequências de três ou quatro músicas e se espera que sejam breves. Falas demoradas ou descontextualizadas são um dos poucos motivos em que percebi reação adversa no público de Curitiba, seguidas principalmente de erros expressivos na execução musical.

#### 4.6 RIVALIDADES E ALIANÇAS

Considerando o exposto até aqui como um campo (BOURDIEU, 2007), é natural que haja disputas por poder simbólico em torno deste polo do rock praticado em Curitiba. É comum na vivência da cena musical roqueira que haja rivalidades e indisposições entre indivíduos com outros indivíduos, indivíduos com estabelecimentos e estabelecimentos com outros estabelecimentos. Em geral, as rivalidades surgem por concorrência no mercado, por desentendimentos interpessoais, por preconceito e/ou indisposição com determinadas práticas, mas, de um modo geral surgem da disputa por legitimidade neste campo.

Já fora argumentado brevemente em meu trabalho anterior (MACAN, 2017, p. 26) que são comuns as rixas entre bandas, entretanto, mesmo com o estudo do acervo do Ciclojam, mencionado anteriormente, ficam imprecisos os motivos dos quais surgem os tão comentados desentendimentos neste polo da cena musical rock. Durante minha vivência pude perceber que, em suma, as rivalidades acontecem por concorrência em um campo simbólico, que também implica em ganhos ou perdas financeiras para os agentes roqueiros da cidade, conforme suas respectivas posições neste campo.

Em outras palavras, um grupo musical vai ter mais apresentações, vai lucrar mais conforme se destaca entre os demais. Existe uma competição acirrada neste polo da cena rock e, a partir daí, surgem as rivalidades. Uma das causas que entendo como sendo fator intenso na formação de adversidades entre grupos musicais curitibanos é o próprio repertório dos grupos, que é muito parecido. Então se existem muitas bandas *cover* ofertando as mesmas interpretações

---

<sup>32</sup> “Repertório” em inglês. Terminologia muito utilizada por músicos na cidade de Curitiba.



das canções de determinadas referências, consequentemente haverá uma disputa entre essas bandas pela legitimidade de quem interpreta “melhor”. Neste caso entram no debate principalmente questões técnicas de execução e iniciam-se comparações subjetivas entre músicos, o que acarreta em maledicências entre os próprios agentes musicais.

Então há uma disputa por representatividade em um domínio específico. Tomemos por exemplo hipotético, A e B, duas bandas *cover* que toquem apenas repertório do ACDC. A tendência é que haja rivalidade entre elas porque estarão disputando pelo mesmo mercado e, neste âmbito da cena rock, as críticas entre uma banda e outra quase sempre ganham carácter *ad hominem* em relação à técnica: “o guitarrista da banda A toca tudo errado”; ou “o vocalista da banda B é desafinado”. Conversas de difamação entre os músicos espalham-se de forma muito rápida e isso causa indisposições e rivalidades.

Mais além, na busca por representatividade na execução do repertório, alguns artistas *cover* buscam estratégias de destaque publicitário. É comum artistas *cover* arcarem com altas despesas de “*meet and greet*”<sup>33</sup> para serem fotografados ao lado da referência que interpretam. Isso é utilizado como ferramenta de *marketing* e como argumento de legitimidade, beirando a bizarrices que controvertem a própria lógica da indústria, como por exemplo o rótulo “Banda Cover Oficial” – leia-se “simulacro oficial”, o que não faz sentido *per se*. Então esses pequenos “troféus” são utilizados como moeda de troca para garantias de apresentações, reconhecimento público, diferenciação com os demais e, de certa forma, são também motivos de rivalidade dado a facilidade com que são questionados. Por exemplo, considerando dois artistas *cover*, por que uma fotografia com um músico de referência torna um *cover* mais legítimo do que outro que não a possui, sendo que nenhum deles possui o direito autoral da música que executam?

Há também outros motivos de rivalidade relacionados à concorrência como, por exemplo, a sensação que uma banda *cover* pode ter de “estar sendo copiada” por outra de repertório semelhante. É algo incoerente porque neste polo as referências são compartilhadas, então fica impreciso apontar cópias e originalidades num âmbito que já é tomado por simulações. Entretanto, mesmo para essa pesquisa, por atuar como *insider*, tive certa resistência de alguns agentes em poder analisar seus repertórios – ainda que os fins sejam exclusivamente acadêmicos. Isso se dá porque paira a desconfiança e o receio em ser copiado. Fato incoerente porque, para saber o repertório de um grupo, basta ir ao concerto, o que, de fato, acontece cotidianamente em minha experiência.

---

<sup>33</sup> Do inglês, “encontrar e agradecer”. É um serviço oferecido em apresentações de nível nacional e internacional em que se cobra da audiência uma quantia relativamente alta em dinheiro para que se encontrem, cumprimentem e registrem o momento com os artistas.

Contudo, nem toda rivalidade entre grupos musicais é oriunda de concorrência. Da mesma forma que o público do rock se considera adverso ao sertanejo, existem movimentos roqueiros que se negam e estabelecem rivalidades por questões estéticas. Um exemplo comumente conhecido são as adversidades entre o *grunge* e o *hard rock* americanos do final dos anos 1980 e início dos anos 1990. Essas relações adversas entre gêneros também produzem rivalidades, porém o viés é mais estético do que mercadológico.

Em Curitiba isso é perceptível em vários níveis de subgêneros na cena rock. Por exemplo, é nítido o preconceito que alguns músicos curitibanos de *heavy metal*, com influências das décadas de 1970 e 1980, tem em relação ao *nu metal* do final dos anos 1990 e início dos anos 2000. No mesmo sentido, alguns músicos de *hard rock* abominam o *emocore* e assim por diante, seguindo as lógicas já colocadas por Friedlander (2002), em que o antigo tende a execrar o novo, exemplificado por aquela fala breve de Sinatra exposta anteriormente. Alguns grupos roqueiros são chamados pejorativamente de “função”<sup>34</sup> por classes sociais mais favorecidas no sentido educacional e financeiro. Essas rivalidades, no entanto, são de um viés mais simbólico do que de competição mercadológica.

Outras rivalidades surgem por ideias políticas. Por exemplo, em um grupo do Facebook chamado “Tô sem banda (Curitiba)”, voltado para a formação de bandas na cidade, houve uma discussão intensa quando um usuário da plataforma postou que buscava um baixista para o gênero musical punk, que tivesse uma boa técnica e que fosse de direita conservadora. Como interpretado na FIGURA 7, o autor da postagem virou motivo de deboche porque, além de ocorrer em um contexto de eleições presidenciais intensamente polarizadas entre posicionamentos liberais e conservadores, a postagem evoca uma contradição (que é o fato gerador do humor e do deboche), pois o movimento *punk* é conhecido mundialmente, desde os anos 1970, por seus ideais anarquistas e pelo total desprezo por técnicas de execução musical, extremo oposto da persona solicitada como baixista no referido *post*.

Mais além do humor, há casos de desentendimentos mais sérios por causa de ideia política. Em 2018, enquanto fiz parte do grupo “Amigos do Rock N’ROLL CWB” na plataforma *Whatsapp*, as discussões sobre posicionamentos liberais e conservadores eram diárias. Chegou um ponto em que não se comentava mais sobre música, apenas política. Claramente formaram-se indisposições e “pequenas inimizades” por causa de posicionamento

---

<sup>34</sup> “Função” remete a profissões de nível operacional e atividade braçal. Esse rótulo se refere ao “rock dos função”: pedreiros, metalúrgicos, faxineiros, entre outros. Uma população desfavorecida socialmente que tende a gostar dos mesmos tipos de rock. Alguns grupos musicais que vi serem chamados de função: Nazareth, ACDC (sobretudo a fase dos anos 1970), Status Quo, The Sweet, Joan Jett and the Heartbreakers, Creedence Clearwater Revival etc.

político entre os músicos, exemplificados por xingamentos e chacotas *online*. Certa vez, pedi que postassem no grupo algum *link* de música autoral, na tentativa de mudar de assunto. A interação foi mínima! Por tanto, apesar de 2018 ter sido um ano conturbado com relação ao debate político, intensificou-se também conflitos interpessoais na cena rock envolvendo o tema.

FIGURA 7 – PUNK DE DIREITA



FONTE: O autor (2020)

Há, como em toda vivência social, histórias de desentendimentos interpessoais que causam rivalidades e isso é comum em qualquer área de atuação. Porém, como já colocado anteriormente, os membros dos grupos musicais ora estão em uma banda, ora em outra; ora em um polo da cena, ora em outro. E, concomitante a isso, sendo coincidência ou não, diversas histórias de conflitos são muito rapidamente passadas adiante, muitas vezes com dissonâncias – o popularmente tido como “telefone sem fio”.

São comuns: histórias de traição conjugal, por exemplo, entre músicos e cônjuges de músicos, que se espalham e causam rupturas afetivas entre pessoas atuantes no cenário; histórias de fraudes em comércio de instrumentos musicais usados; histórias de que um músico falou mal do outro – coloquialmente conhecido como “fofoca”. Os boatos, ou “fofocas”, se espalham com extrema velocidade e criam barreiras de relacionamento interpessoal, muitas vezes nutridas por informações sem nenhum fundamento. Isto é um dado recorrente desde que digitalizei o acervo do Programa Ciclojam e foi percebido com maior intensidade nesta etnografia.

As rivalidades entre estabelecimentos ou entre agentes e estabelecimentos são também principalmente oriundas da concorrência. A disputa por mercado provoca efeitos disruptivos entre espaços da cena musical rock. Às vezes pode acontecer de as estratégias de marketing em

algumas casas noturnas fomentarem essas rivalidades. Por exemplo, uma tática de promoção que virou cartão de visita do Clay Highway Bar em 2016, foi o oferecimento de entrada gratuita para o consumo de suas atrações. O público pode entrar sem pagar o valor do *couvert* artístico, o bar oferece a atração, o espaço amplo pra congregação e lucra apenas com a venda de produtos, bebidas, lanches, etc.

O resultado para o Clay é que está frequentemente com lotação máxima. A grande movimentação do espaço ativa nos clientes um gatilho mental empregado muito frequentemente por profissionais de *marketing* do entretenimento noturno: “se está lotado, é porque é bom, se é bom é porque vale a pena gastar dinheiro lá”. A mesma lógica acontece comumente em casas noturnas que, mesmo sem lotação, seguram filas enormes de público ao lado de fora para atrair mais público. A diferença é que, dado ao fato de o Clay não cobrar entrada, a casa não “segura” o público nem para o lado de fora, nem para dentro dos portões. Como as pessoas não precisam pagar para entrar, elas saem quando preferirem e voltam se assim o quiserem, sem arcar com o ônus de gastar duas vezes com a entrada ao local. Isto conferiu um carácter rotativo ao público do bar e ajudou a impulsionar o consumo interno.

O carácter rotativo não foi a única mudança de paradigma que o posicionamento do Clay Highway Bar promoveu. Ao meu ver, o principal efeito foram as reações de outros bares que afetaram diretamente os músicos da cidade, criando rivalidades – rupturas. Certa vez, uma das casas de shows a quem prestávamos serviço, o “S Bar”<sup>35</sup>, propôs uma espécie de “acordo”, que na verdade era uma intervenção aos nossos serviços no “C Bar”.

A proposta era simples: se tocar no C Bar, não toca no S Bar. Mais tarde tive conhecimento de que esta “proposta” aconteceu com vários outros artistas de Curitiba e de que não partia apenas do “S Bar”, mas sim de um complô entre outros bares da capital paranaense que se uniram para tentar coibir músicos a não tocar em bares que não cobrassem entrada, e isso é de conhecimento público no âmbito roqueiro da cidade. Por fim, o desfecho de nossa negociação é que cedemos de um lado para ganhar do outro, como atuamos com dois “produtos *cover*”, o *cover* “a” tocava no S Bar e o *cover* “b” tocava no C Bar. É uma lógica um tanto infantil pois são os mesmos músicos em ambos os projetos, o que muda é o repertório e a caracterização, mas para eles foi o suficiente, o que, por outro lado, demonstra que não era algo pessoal e sim estritamente comercial, o que difere muitas vezes das rivalidades entre músicos.

---

<sup>35</sup> Nome fictício.

Quando entrevistei Rodrigo Vivasz para a redação deste trabalho, pudemos dividir algumas das nossas experiências, então ele contou que desde que começou a tocar em Curitiba, na década de 1980, já se falava no meio musical sobre um “cartel de bares” (informação verbal):

Desde que eu comecei já tinha essa questão do cartel, abria um bar novo e: ‘se você tocar naquele bar, não vai tocar no meu bar’. [...] na época do Gypsy<sup>36</sup> era assim, só que a gente chutou o balde. [...] a gente se impôs. E daí começaram a tratar a gente melhor do que antes porque na época a gente tinha uma banda que levava bastante público [...] a gente tocou nosso clipe na MTV, até na extinta Rede Manchete.

Em minha conversa com Rodrigo, ele também comentou que em negociações com casas noturnas, ao propor um contrato que fixasse uma frequência de shows, nunca houve interesse por parte dos bares (informação verbal):

[...] ‘se você me der um salário mensal, eu tocar aqui toda semana, aí a gente fecha um contrato’ – nenhum bar quer fazer isso. [...] antes, quando eu era só músico, eu tinha que ganhar o dinheiro. Tocar Terça, Quarta, Quinta, Sexta, Sábado e Domingo. Quem me chamasse eu tinha que ir tocar. Não podia ficar escolhendo. E acho que é uma questão de você se impor também. [...] se eles se unem para definir cachês e boicotar novos bares, é só os músicos se unirem também que eles não têm o que fazer. Vão colocar quem para tocar? [...] No começo eles (os donos de bar) fazem isso. Depois eles veem que são eles que precisam mudar.

Alianças são mais raras do que rivalidades. Portanto, percebo que, em suma, com a mesma facilidade com que as alianças podem se formar, elas também são rompidas – diferentemente das rivalidades, que tendem a ser permanentes. De modo geral, não existem alianças permanentes na cena rock de Curitiba. “Fazer e refazer alianças são processos políticos cruciais” na cena, o que também confere o carácter fluído desses fenômenos e é algo determinante na música popular (STRAW, 1991).

Um exemplo de como isso pode acontecer são as relações de alianças com *gatekeepers*<sup>37</sup> na cena rock. Houve um caso de um agenciador apelidado pelos músicos da cena roqueira como “cafetão de bandas”. Deste caso, formaram-se práticas que dificultam a entrada de novos grupos musicais em casas noturnas porque o agenciador em questão monta uma espécie de catálogo de artistas e os vende em diferentes bares, podendo também trabalhar em apenas uma casa. Acaba se criando uma certa exclusividade entre os bares e o agenciador, o que reforça a presença dos mesmos músicos nos mesmos locais.

<sup>36</sup> Banda Gypsy Dream, teve seu período de atividade principalmente nos anos 1990 (MERCER, 2017)

<sup>37</sup> Expressão utilizada por Henry Jenkins (2009) para referir-se a agentes que detêm o controle sobre entrada de indivíduos em determinadas práticas ou locais (virtuais ou físicos).

Além disso, e motivo pelo referido apelido, estas práticas dão margem para articulações, de certo modo, injustas ou imorais. Como já mostrado, o agenciador recebe da casa noturna para captar e agendar artistas, mas muitas vezes, o valor do cachê negociado não é repassado inteiramente para a banda, que acaba não tendo conhecimento do acerto entre agenciador e casa noturna e, muitas vezes, se sujeita a trabalhar por um cachê muito menor do que receberia caso negociasse diretamente com o dono da casa noturna, ou caso as negociações fossem transparentes.

Por exemplo, apenas para efeito de ilustração, o contratante acredita ter pago  $y$  pelo trabalho do agenciador e um valor  $x$  para o artista, mas o artista recebe 70% de  $x$ <sup>38</sup>, enquanto o agenciador recebe  $y$  mais aqueles 30% de  $x$ , por exemplo. É uma prática de atravessamento e, mesmo que muitas bandas não tenham conhecimento deste processo, algumas que sabem como funciona, se sujeitam pela necessidade de fazer agenda e ainda se consideram com sorte por estar em um grupo seletivo de alianças, que é chamado pelos músicos de “panela”.

Panela, em linhas gerais, é um termo coloquial utilizado para designar grupos fechados de pessoas que repelem a presença de estranhos em suas práticas, não à toa o subtítulo do livro de Eduardo Mercer, frequentemente citado nesta pesquisa é “O rock autoral e a alma arredia de Curitiba”. Isso mostra como as alianças funcionam para também fixar práticas, engessar comunidades e garantir a posteridade de um grupo em determinada função ou privilégio.

Um exemplo que ocorreu com o público de um bar específico em 2018 demonstra a forma de atuar das “panelas”. Desde 2005 o Pub X<sup>39</sup> apresentava toda Segunda-Feira uma banda *cover* do U2. Uma vez por semana, quatro vezes por mês, quarenta e oito vezes por ano essa banda *cover* se apresentou naquele mesmo endereço, no mesmo dia da semana, nos mesmos horários desde Março de 2005 até Maio de 2018. Sem contar as vezes que esta banda foi convidada a se apresentar em Sábados ou Sextas-Feiras, estimando-se por baixo, foram, pelo menos 600 shows nestes 13 anos. A mesma banda *cover*, o mesmo repertório, no mesmo horário, no mesmo endereço, no mesmo dia da semana. Criou-se uma “tradição” no Pub X, Segunda-Feira era dia de U2 *cover*, isso ficou reconhecido inclusive fora de Curitiba, em outros estados e até fora do país.

Curiosamente, um dos projetos que atuo também é uma banda *cover* do U2. Porém, não tocamos no Pub X. Desde 2016, a banda em que atuo como guitarrista realizou mais de 300 shows. Posso afirmar que em mais da metade desses shows, mesmo naqueles mais distantes de Curitiba, há alguém que nos pergunta “e como vão as Segundas-Feiras no Pub X?”. Certa vez

<sup>38</sup> Valor hipotético para fins de exemplificação.

<sup>39</sup> Nome fictício.

um fã nos parabenizou após um show em alguma cidade de Santa Catarina: “sou fã do U2 desde os anos 80, eu vi vocês no Pub X quando viajei a Curitiba no ano passado, parabéns, estão cada vez melhor!”. Sem dúvida, nossos contratantes conhecem nosso trabalho e sabem que nós não tocamos naquele bar, mas o público, nessas ocasiões, não vê diferença, afinal, é um grupo musical que simula outro de renome, então são por essência extremamente parecidos, sonora e visualmente. A “tradição” de ter um U2 *cover* toda Segunda-Feira em um bar de Curitiba é tão enraizada que leva o público a confundir uma banda *cover* pela outra.

O “U2 *cover* do Pub X” encerrou suas atividades na casa após um período de 13 anos de atividade regular e, certa vez, o *cover* em que atuo foi convidado para tocar em uma festa no mesmo bar – a festa “Rock de Inverno”<sup>40</sup>. Ao lado do palco havia um quadro com caricaturas dos membros da banda *cover* fantasiados dos integrantes do U2 original. Não se trata de um quadro do U2 original, com Bono, Edge, Larry e Adam caricaturados. São caricaturas dos integrantes da banda *cover* fantasiados dos integrantes da banda irlandesa original – uma lembrança do *cover* incorporada pelo local.

Nessa festa, dia em que tocamos no Pub X, pairou sobre nós uma certa sensação de desconforto. O público havia sido informado apenas um dia antes sobre nossa presença ao invés do outro *cover*. A casa estava cheia e nas primeiras fileiras de mesas, coladas ao palco, estavam pessoas que frequentam o bar há anos. Em um lado do palco há uma mesa que durante anos é ocupada por um mesmo grupo de pessoas que se reuniam quase religiosamente para assistir o “U2 *cover* do Pub X” durante os 13 anos de atuação na casa. A recepção dessas pessoas não foi muito calorosa conosco, apesar de que a maioria do público recebeu bem nosso show.

A banda em que atuo está no mercado desde 2006, foram incontáveis shows no Brasil e na América do Sul. Estar no palco e lidar com a audiência é nosso trabalho e temos a experiência para isso, logicamente é um grupo experiente que não deixa a desejar nas apresentações. Por onde passamos emocionamos fãs e arrancamos aplausos da audiência, mas por que algumas pessoas no Rock de Inverno não receberam bem?

Na página *online* do evento, que foi publicado no Facebook um dia antes da festa, um frequentador antigo da casa comentou no post com nossa imagem “já sei que posso chegar mais tarde” dado ao fato de que iríamos tocar no início da noite daquele dia. A questão não era musical e sim extramusical (BLACKING, 1995). Aquele dia esbarramos na chamada “panela”. Para parte do público, não importava o quão “boa” era a banda que estava no palco, se os parâmetros para avaliação não eram musicais e, sim, extramusicais. Questões me surgiram em

---

<sup>40</sup> Nome fictício.



mente neste dia: por que inúmeras vezes, ao longo de tantas viagens, fomos confundidos como “o U2 do Pub X” e no dia em que de fato tocamos no referido bar éramos tão diferentes aos olhos de alguns?

É evidente que as alianças, elementos extramusicais em torno de classe, bairro, redes de relações, que parte do público nutria pelo outro grupo musical não permitiam que aceitassem a nossa, apesar de o repertório, os instrumentos, a caracterização e a performance serem idênticos (elementos musicais). Nesse sentido, alianças se mostram como, de um lado articulações de união entre determinado grupo ou comunidade para fins de perpetuação e, de outro, e quase que por efeito do primeiro, estruturas que tendem a repelir *outsiders* para fins de proteção da detenção de determinado privilégio ou prática. Embora seja um evento isolado, o breve relato anterior demonstra como as alianças e afetos contribuem na resistência a mudanças na cena musical.

## 5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 5.1 CENA MUSICAL

Cena musical será o conceito mais presente neste trabalho e por isso requer uma vasta explicação sobre os seus possíveis significados. Embora já existisse anteriormente, o termo foi popularizado no início dos anos 1990 no âmbito dos estudos culturais, sobretudo relacionado aos estudos da urbanidade. Neste trabalho tomarei como principal direção para discorrer sobre cenas musicais o Prof. Dr. Phd. Will Straw, que é tido pela comunidade científica como a maior referência no assunto. Juntamente com Straw, utilizarei os textos dos brasileiros Prof. Dr. Jeder Janotti Junior e da Profa. Dra. Simone Pereira de Sá que, em âmbito nacional, são a principal ponte com o conceito de cena musical, tendo inúmeras publicações sobre o tema em língua portuguesa e estabelecendo contato direto com Straw em seus respectivos intercâmbios com a Universidade McGill, onde Straw leciona.

Em linhas gerais, cena é a “conexão entre práticas musicais e o espaço geográfico em que estas estão inseridas” (JANOTTI JUNIOR, 2012, p.2). Antes de começar a desbravar os mais amplos possíveis significados do termo, a primeira coisa a lembrar é que cena musical é um conceito escorregadio e muito maleável e, por isso, ainda é alvo de críticas e de questionamentos no âmbito acadêmico.

Janotti Junior argumenta que o termo cena musical “acabou gerando uma série de debates em relação ao seu alcance e, principalmente, sua limitação”, pois para muitos críticos da expressão, cena tende a privilegiar “aspectos sociológicos das apropriações da música em detrimento de seus aspectos estéticos” (JANOTTI JUNIOR, 2012, p.1). Straw comenta que durante os anos 1990 houveram várias tentativas de refinar o conceito de cena, porém, sempre tropeçavam na natureza escorregadia do termo. O autor explica que para transmitir as complexidades da vida urbana, muitas vezes é necessário contrair ou expandir o termo (STRAW, 2006, p.1).

#### 5.1.1 Cena musical: entretenimento e conflito

Para entendermos melhor, Straw conta uma breve história sobre as expressões musicais de Toronto dos anos 1950, descrevendo a coluna de jornal de Alex Barris denominada “*Night in, night out*”, onde Barris se dedicava a escrever sobre o circuito de música e sobre

locais de entretenimento<sup>41</sup>. Toronto tinha espaços pequenos e assim, em consequência, eram também os conjuntos musicais, quase sempre trios. Para Straw, isto não só caracterizava a coluna de Barris, como também a própria cena musical daquela cidade nos anos 1950, conectada por relações econômicas e regimes regulatórios, como todas as cenas musicais (STRAW, 2006, p. 2).

Straw conta que existiram conflitos entre músicos locais (indivíduos) e o cenário musical noturno da cidade (indústria) a respeito da contratação frequente de músicos dos EUA e que essas tensões resultaram em uma interferência por parte do poder público nos negócios locais, com a inserção de taxas para atrações não inteiramente musicais, como comediantes, mágicos, etc.

Dessa forma, ainda numa abordagem de macroambiente, antes de buscar algum delineamento mais específico do termo cena musical, fazendo o paralelo com o texto de Straw, trabalharei sobre a hipótese de que a cena se estabelece em um território de tensões entre três pontos principais: (1) indivíduos e/ou comunidades, (2) o espaço urbano e virtual bem como o conjunto de leis que os regulamenta e (3) a indústria do entretenimento e suas mudanças com o passar do tempo – iniciativas privadas e tecnologias.

Aquelas taxas estipuladas pela legislação de Ontario<sup>42</sup> em 1950, conforme conta Straw, eram adicionais de 15% ao valor dos produtos nas casas noturnas, caso a atração da noite fosse “não inteiramente musical”. Em 1951, a taxa passou a valer também para conjuntos que possuíam cantores, pois a legislação entendia que música vocal era entretenimento, enquanto música somente instrumental era “plano de fundo”. Tratava-se de uma negociação entre negócios locais (indústria) e poder público (espaço) por demandas dos músicos (indivíduos), porém a lógica por trás dessas taxas exemplificadas por Straw não parece clara.

Exemplificando, a principal controvérsia que surge é: quem define o que é plano de fundo e o que é entretenimento? Straw comenta que fica impreciso definir o que é plano de fundo e o que é primeiro plano. “As práticas que tipicamente associamos com cenas [...] envolvem contínua negociação sobre as relações adequadas entre [...] ruído e música, atenção e distração” (STRAW, 2006, p. 5, tradução nossa)<sup>43</sup>. Complementando Straw e, retornando a discussão para um âmbito mais amplo, sugiro que cena envolva contínua negociação entre os três pilares comentados anteriormente: indivíduos, espaço e indústria.

<sup>41</sup> Merriam (1964, p. 223) defende que o entretenimento é uma das funções da música, abordarei com profundidade este viés mais à frente no trabalho.

<sup>42</sup> Estado/província canadense em que Toronto é a capital.

<sup>43</sup> The practices we typically associate with scenes [...] involve ongoing negotiation over the appropriate relations between [...] noise and music, attention and distraction (STRAW, 2006, p. 5).

### 5.1.2 Local *versus* global

Cena compreende-se na interseção dessas esferas, o espaço que está inserida, podendo ser físico e/ou virtual; a indústria do entretenimento e suas metamorfoses tecnológicas com o passar do tempo; indivíduos e comunidades e os processos de identificação que os unem ou contribuem no estabelecimento de fronteiras, envolvidos com as experiências musicais e extramusicais<sup>44</sup> (BLACKING, 1995, p. 51). Straw explica que o conceito cena é muito abrangente e ainda tem uma variedade de funções a que é atribuído, remetendo-se ora à movimentação em um local, ora à soma total de atividades globais em torno de um gênero musical específico.

No campo dos estudos culturais, sobretudo no das cenas musicais, as relações entre local, regional, nacional e global foram importante ponto de discussão no início dos anos 1990, época marcada pela atmosfera de “mundo em mudança”, associada aos efeitos da globalização. Conforme Straw, a tendência de práticas e produções de “propriedade global” na indústria lançou questionamento sobre a validade na utilização de rótulos classificatórios por gênero atrelado ao espaço, como por exemplo “rock curitibano”, “k-pop”, ou ainda, como colocado pelo autor, “anglo american rock”.

O envolvimento dos estudiosos com o conceito de comunidade, no contexto dos anos 1990, com a crescente preocupação em entender a globalização, gerou uma tendência em abordar relações do espaço com nação – rupturas e fixações de práticas. “O cuidado que tem acompanhado discussões nos estudos sobre autenticidade na música popular [...] passou a ser direcionado a noções de espaço musical regional ou nacional” (STRAW, 1991, p.368, tradução nossa)<sup>45</sup>. Isso apontou para novos interesses dos estudiosos na diversidade musical urbana e serviu para desestabilizar as noções de uniformidade em culturas musicais locais.

De acordo com Straw, as características do local geográfico têm sido transformadas na sociedade contemporânea pelo “crescente sistema de articulação universal”, que é moldado pela globalização. Pereira de Sá explica que a globalização são fluxos internacionais de

---

<sup>44</sup> John Blacking, aborda os aspectos das “Experiências em música” em seu livro *Music, Culture, and experience* (1995), onde constata que: “o mundo da música é o mundo da experiência humana. Em um compositor, por mais pessoal que a consciência da experiência possa ser, ela foi adquirida como resultado da vida na sociedade. Ser membro de uma sociedade humana é uma condição essencial para se tornar um ser consciente e criar música. Uma pessoa pode criar para o ganho financeiro, para o prazer privado, para o entretenimento, ou para acompanhar uma variedade de eventos sociais, e o compositor não necessita expressar a preocupação aberta para a condição humana; mas a música do criador não pode escapar ao selo da sociedade que tornou seu criador humano. [...] A música é o som organizado humanamente, e sua eficácia e valor, como meio de expressão, depende, em última instância, do tipo e qualidade das experiências humanas envolvidas na sua criação e performance”.

<sup>45</sup> The caution which has accompanied discussions of musical authenticity within popular-music studies has only recently come to be directed at notions of a regional or national musical space.

comércio e intercâmbio em três níveis: cultural, migratório e midiático. As principais consequências deste fenômeno são “uma rearticulação das culturas locais entre si com o mundo global”, o questionamento de “noções fundadoras da modernidade” e “de comunidades com laços estabelecidos a partir de bases territoriais”, a reavaliação de identidades (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 149).

Para Straw, a ênfase nos efeitos disruptivos da reorganização econômica é “a valorização de práticas musicais percebidas por serem enraizadas em unidades geográficas, históricas e culturais, que são estáveis e confusas” (STRAW, 1991, p. 369, tradução nossa)<sup>46</sup>. Manoel Neto<sup>47</sup>, em conversa gravada para este trabalho, explica que “o efeito da globalização é também o ódio à globalização” (informação verbal):

[...] o efeito da música globalizada interconectada é que de um lado tem um movimento [...] de regionalização da cultura, isso é bom, mas é perigoso porque junto vem o nacionalismo, movimentos radicais, então pelo mundo isso tem de forma saudável e tem coisas meio esquisitas que surgem junto. [...] muitas pessoas se sentem ofendidas porque elas são destituídas de seu local de identidade.

Embora cena se dê nas apropriações do espaço urbano por práticas musicais (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 148), Straw comenta em entrevista para o professor Janotti Junior que “a noção de cena em si não resolverá o problema dos níveis – da relação do local com o nacional e o internacional. A pertinência de qualquer definição será construída dentro de trabalhos individuais de análise” – o que, na prática, demonstra a maleabilidade do termo (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 7).

Cena “funciona para designar sociabilidades cara a cara e também como um sinônimo ‘preguiçoso’ para sociedades de gosto globais”<sup>48</sup> (STRAW, 2006, p. 6, tradução nossa). Em outras palavras, “cena” é usado tanto para se referir a comunidades unidas em torno de um componente local, podendo estar atrelada a vários gêneros, ou para comunidades que atuam em torno de um componente de identificação, podendo ser um único gênero musical, e presente em vários locais ao redor do globo. Para Pereira de Sá, a discussão de Will Straw ganha força nesse

<sup>46</sup> “[...] an emphasis on the disruptive effects of economic reordering will result in the valorization of musical practices perceived to be rooted in geographical, historical and cultural unities which are stable and conflated” (STRAW, 1991, p. 369).

<sup>47</sup> Ativista cultural e político desde os anos 1990, participou no lançamento de músicas de mais de 100 bandas, esteve em órgãos de gestão cultural e na elaboração de várias leis referentes à cultura, coordenou diversas pesquisas histórico-culturais, autor do livro *A [des]construção da música na cultura paranaense* (MERCER, 2017, p. 390).

<sup>48</sup> “It functions to sociability and as a lazy synonym for globalized virtual communities of taste” (STRAW, 2006, p. 6).

contexto, levando em conta principalmente o choque entre movimentos locais de resistência à globalização (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 151).

Straw também reforça que o conceito de cena musical é útil em descrever a relação entre diferentes práticas musicais que se desenvolvem dentro de um espaço geográfico específico e ressalta que o termo difere em vários sentidos de comunidade musical. Janotti Junior, explica que essa perspectiva aponta os aspectos ativos das cenas contra o engessamento geográfico das comunidades musicais (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 1). Então cena é um espaço cultural em que várias práticas musicais coexistem e interagem entre si por meio de diversos processos de diferenciação. Straw argumenta que “nas cenas musicais o mesmo senso de propósito é articulado dentro das formas de comunicação através das quais a formação de alianças e a construção de fronteiras musicais tomam lugar”<sup>49</sup> (STRAW, 1991, p. 373, tradução nossa).

### 5.1.3 Críticas ao termo: flexibilidade, ordem e caos

A elasticidade do termo “cena” é defendida por Straw como um ponto positivo pela facilidade que imprime na abordagem de unidades culturais diversas. Ele explica que o uso do conceito “não requer mais do que uma coerência nebulosa entre um conjunto de práticas e afinidades”<sup>50</sup> (2006, p.6, tradução nossa). Desta forma, consegue-se atingir tanto uma comunidade mais restrita, quanto a frenética vida urbana. O conceito cena oferece, em ambos os casos, recursos diferentes. No primeiro, adiciona um certo dinamismo e, no segundo, através do desembaraçar de grupos menores inscritos ao todo caótico, propõe uma ordem mais estável. Cena, de acordo com Straw, pode sugerir:

(a) congregação de pessoas num eventual lugar; (b) o movimento dessas pessoas entre um lugar e outro; (c) as ruas em que esse movimento toma espaço; (d) todos os lugares e atividades que envolvem e nutrem uma preferência cultural particular; (e) o amplo e mais geograficamente disperso fenômeno no qual esse movimento ou essas preferências são exemplos locais; (f) a rede da atividade microeconômica que alimenta a sociabilidade e a conecta à contínua reprodução da cidade (STRAW, 2006, p. 6, tradução nossa)<sup>51</sup>.

<sup>49</sup> “Within a musical scene, that same sense of purpose is articulated within those forms of communication through which the building of musical alliances and the drawing of musical boundaries take place” (STRAW, 1991, p. 373).

<sup>50</sup> “[...] requiring of those who use it no more than that they observe a hazy coherence between sets of practices or affinities” (2006, p.6).

<sup>51</sup> “Is a scene (a) the recurring congregation of people at a particular place, (b) the movement of these people between this place and other spaces of congregation, (c) the streets/strips along which this movement takes place

Straw comenta que a década de 1990 inteira foi dedicada em tentativas de refinamento do termo e, mesmo assim, o significado de cena continua escorregadio. Para ele, cena são “espaços geograficamente específicos para a articulação de práticas musicais”, embora reconheça que não é um significado exclusivo e nem diminui a significância de outros usos (2006, p. 7). Entre outros significados de cena, descrever pessoas que ocupam determinado espaço para entretenimento, por exemplo um bar, indica que interações sociais à primeira vista sem propósito, contribuem na produção de identidade de grupo. Micael Herschmann completa a ideia de cena, explicando que Straw considerava inicialmente um “‘contexto’, no qual práticas musicais coexistem, interagindo umas com as outras, dentro de uma variedade de processos de diferenciação e afiliações (HERSCHMANN, 2013, p. 44). Dulce H. Mazer acrescenta que cena sugere “organizações instáveis, com um protagonismo maior dos agentes sociais, costuradas por identificações grupais, afetividades e outros vínculos entre os indivíduos”.

Mais além, ressaltando a relevância em se considerar as alianças e afetos em uma cena musical, a autora aponta que uma cena é configurada a partir de afetividades e identificações entre indivíduos e, “por isso a cena é instável”, pois, “depende da vontade empreendedora dos agentes para constituir as práticas culturais relacionadas à música” (MAZER, 2017, p. 4-5). Então, compreende-se melhor a noção colocada por Straw à medida que se considera a significação dos espaços por parte dos indivíduos presentes na cena.

Straw coloca que “parte do carácter superprodutivo de significados das cenas [...] é seu papel vasto em realinhar a cartografia da vida urbana, mesmo quando as atividades das cenas parecem intencionadas em expressar ou ocupar locais muito precisos”<sup>52</sup> (2006, p.9, tradução nossa). Isto é, um efeito cumulativo das “cenas” menores que interfere na “cena” da cidade num âmbito geral. Pereira de Sá aponta a menor noção de cena como sendo reservada à dimensão local, e a explica como “atividades sociais ocorridas num espaço territorial e período de tempo delimitado”, quando agentes musicais utilizam de seus gostos semelhantes para diferenciar-se através do uso da música e outros símbolos culturais (PEREIRA DE SÁ, 2013, p. 30). Aqui, fica claro a associação das cenas aos usos e funções da música, como proposto por Merriam (1964). Nesta citação de Pereira de Sá, em específico, aponta-se implicitamente o uso da música nas cenas locais para fins de construção de identidade, o que está associado à

---

(Allor, 2000), (d) all the places and activities which surround and nourish a particular cultural preference, (e) the broader and more geographically dispersed phenomena of which this movement or these preferences are local examples, or (f) the webs of microeconomic activity which foster sociability and link this to the city's ongoing selfreproduction?”(STRAW, 2006, p.6)

<sup>52</sup> “Part of the “overproductive signifying” character of scenes [...] is their broader role in realigning the cartographies of city life, even when the activities of scenes seem intended to express or occupy very precise places.”



décima função da música proposta por Merriam, “de contribuir para a integração de uma sociedade” (MERRIAM, 1964, p. 9).

Seguindo neste raciocínio, também aponta a existência das cenas translocais, que são aquelas que “se constituem a partir do contato regular dos membros de distintas cenas locais em torno do mesmo interesse musical”. O termo translocal é colocado porque, apesar destas cenas terem sua dimensão local, elas se interconectam através de redes de relações e trocas de conteúdos que ultrapassam a necessidade de interação presencial como condição para pertencer à determinada cena (PEREIRA DE SÁ, 2013, p. 31).

Penso ser possível relativizar aquele efeito cumulativo proposto por Straw desde as cenas locais às regionais; das regionais às globais, de modo que a soma da interação dessas cenas menores aplica o resultado proposto como “realinhar a cartografia” da vida urbana. Destas relações surge o termo Glocalização, a fim de explicar “processos de incorporação vividos dentro da sociedade que passou pela globalização e retirou daí algo para seu avanço social, como na prática, as cenas o fazem (FERREIRA, 2006, p. 23). Segundo a professora Lia Aparecida (2006), ao colocar uma reflexão sobre essas interseções entre as camadas de abrangência das localidades, explica que há uma articulação entre o global e o local do ponto de vista urbano. Assim, tal relação supõe um destaque na atuação de gestores governamentais nas questões do global em suas políticas públicas e aponta que, “o que regula esse processo são os meios de comunicação” (FERREIRA, 2006, p. 107).

Em entrevista no ano de 2012, Will Straw argumenta que, inicialmente nos anos 1990, estava preocupado com “circuitos de estilos” e “espécies de mundos em que as pessoas viviam sua relação com a música”. Em sua entrevista de 2012, com o mundo já sob forte influência das tecnologias digitais em torno da cadeia produtiva da música, isto é, produção, distribuição, comercialização e consumo (PRESTES FILHO, 2004), onde a globalização já era uma realidade não mais tão misteriosa para as cidades e seus habitantes, Straw definiu cena musical como “as esferas circunscritas de sociabilidade, criatividade e conexão que tomam forma em torno de certos tipos de objetos culturais no transcurso da vida social desses objetos” (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 9).

Trazendo para a análise deste estudo, Straw deixa implícito em sua então definição as três frentes aqui abordadas. Indivíduos e comunidades, ao citar “esferas circunscritas de sociabilidade”; indústria, tecnologia e temporalidade ao citar “criatividade [...] em torno de objetos culturais e no transcurso da vida social desses objetos”; espaço, por meio de “conexão”,

que pode ser tanto física a nível local, regional, nacional ou global, quanto virtual, por meio de redes digitais e demais artifícios proporcionados pelo ciberespaço<sup>53</sup>.

#### 5.1.4 Cena e política

Algumas críticas à noção de cena, segundo Straw, surgem pelo fato de o conceito parecer excluir a implicação política das cenas, o que fica evidente nos trabalhos que utilizam o termo pois raramente citam algo em que uma cena tende a se opor. Porém, no caso do trabalho de Luciana Xavier de Oliveira (2015), a autora demonstra como os bailes *black* no Rio de Janeiro dos anos 1970 configuraram uma cena musical em torno das experiências identitárias dos negros que viviam em uma situação marginal na capital carioca daquele ano:

[...] foi significativa a penetração de discursos advindos dos movimentos pelos direitos civis norte-americanos, da ideologia *Black Power*, e da sonoridade da *soul music* entre uma juventude negra e mestiça [...] (OLIVEIRA, 2015, p. 12).

Assim, a autora afirma o carácter político nos movimentos da cena Black Rio inscritos numa cena musical. À esta possível contradição, Straw reforça que não se trata da cena em si como sendo agente político, mas sim das subculturas ou tribos urbanas inseridas no seu contexto. Luciana Oliveira comenta que “a noção de cena musical é a chave para a compreensão dos espaços de ligação entre identidade, territorialidade e temporalidades contingentes” (OLIVEIRA, 2015, p. 7) – o que vai de encontro com a proposta metodológica deste trabalho, ao relacionar na cena indivíduos, espaço e temporalidades.

A questão política nas cenas fica então reservada aos indivíduos que a compõe, contudo é preciso ressaltar que a cena “envolve outros aspectos de estilo de vida, tais como modo de se vestir, de dançar, uso de drogas”, inclusive política, porém não cabe à cena decidir os rumos desses aspectos e sim os agentes nela ativos (PEREIRA DE SÁ, 2013, p. 31). Novamente, conferir à cena uma determinada posição política, parece-me um erro conceitual ocasionado pela atribuição dos significados de movimento, subcultura e tribos urbanas ao termo cena musical.

Em outras palavras, não se trata de excluir o carácter político da discussão sobre cena, porém direcioná-lo para o objeto mais coerente, que seriam os indivíduos nela agentes. Levando esta discussão mais à frente, proponho que a manifestação política de indivíduos em uma dada

---

<sup>53</sup> Ciberespaço é um conceito levantado por Pierre Levý e, em linhas gerais, é um “novo meio de comunicação que surge da interconexão da rede mundial de computadores” (LEVÝ, 2014, p. 17).

cena musical é um efeito das relações destes agentes com o tempo e o espaço que os permeia. A cena não é causa do carácter destas relações e sim o ecossistema ocupado por elas. Nesta linha de pensamento, seria um território para atividade política, mas não a atividade política em si. Esta discussão também é válida para não nos perdermos no carácter deslizando do termo, reafirmando o conceito de cena e lembrando que se trata de uma relação entre práticas culturais e identitárias, espaço geográfico e virtual e as “temporalidades contingentes”. Por fim, esta abordagem se mostra produtiva ao pensar a cena como um fenómeno contínuo dentro dessas três dimensões.

#### 5.1.5 O carácter disruptivo das cenas

Timothy Rice ressalta que tanto a mudança, quanto a estabilidade de práticas musicais são fenómenos naturais e ambos precisam de explicação (RICE, 2014, p. 92). Neste sentido, Straw também reforça a discussão sobre o carácter “disruptivo” das cenas musicais, ou seja, são marcadas por transformações, rupturas, quebras de paradigma em determinadas práticas. Ele exemplifica este argumento com a mudança das práticas relacionadas ao entretenimento noturno de Nova York no início dos anos 1920. Nesta época popularizaram-se bares no estilo *cabaret*, no formato de restaurantes dançantes, onde a proximidade física da plateia com as práticas musicais no local envolveu o público e, através do maior contato com os artistas contratados, permitiu que a expressividade se expandisse à plateia. Assim, a audiência ganhou um carácter mais ativo em relação à atração artística do restaurante, o que representou uma quebra de paradigma com outras formas de entretenimento, como em teatros, por exemplo, onde os grandes palcos e o distanciamento da plateia com as atrações conferiam um carácter passivo, isto é, pouco interativo destas práticas (STRAW, 2006, p. 11).

#### 5.1.6 Lógicas de mudanças: lógica de campo; social; de movimentos circunstanciais

Straw (1991) discorre vastamente sobre o que chama de “lógicas de mudanças”. Ele inicia o debate reconhecendo que há uma perspectiva homogênea dos estudiosos de música popular que, segundo ele, sempre observam o objeto a partir da produção e consumo da música em determinado ambiente. Para Straw, esta visão tem dificultado a análise do que chama de “lógicas” dentro dos terrenos musicais, pois a “produção e consumo” de música são efeitos do que acontece em maior escala no macroambiente em que a música está inserida. Além disso,

existem outros dois elos da cadeia produtiva que, mesmo implícitos, é válido serem separadamente considerados, a distribuição e a comercialização (PRESTES FILHO, 2004).

Assim sendo, o olhar sempre direcionado aos efeitos, prejudica a compreensão das causas mais complexas em que o fenômeno das cenas musicais acontece. O autor comenta que “o carácter cosmopolita de certas atividades musicais [...] deve dotá-las com uma proposta de unidade e um senso de participação em alianças afetivas”<sup>54</sup>, o que ilustra a limitação de um campo de estudo focado continuamente na produção e consumo da música popular (STRAW, 1991, p. 374, tradução nossa). Pereira de Sá reafirma este raciocínio ao colocar que as cenas musicais evocam universos com públicos específicos, com locais definidos e que isto está ligado a estratégias de diferenciação entre “*insiders*” e “*outsiders*”, “nós” e “eles”, que ao mesmo tempo interagem entre si (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 158).

Para entendermos este raciocínio de Straw, é necessário levar em conta que existe um respaldo teórico por parte do autor na obra do sociólogo francês Pierre Bourdieu, principalmente relacionado ao conceito de *habitus*<sup>55</sup> e campo. *Habitus* é um conceito abstrato apresentado como um mediador entre o indivíduo e a sociedade. A ideia de Bourdieu, assim como outras apresentadas neste trabalho, apresenta uma noção de relação de mão dupla entre indivíduo e sociedade. Neste sentido, o coletivo interfere no indivíduo e também é interferido por este indivíduo, através de uma ponte mediadora que o filósofo chama de *habitus*. Sendo assim, segundo Pierre Bourdieu “*habitus*, é, com efeito, princípio gerador de práticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação de tais práticas” (BOURDIEU, 2007, p. 162).

Conforme esse pensamento, *habitus* é um sistema de disposições que condicionam a forma de viver do indivíduo, isto é, são múltiplas escolhas – opções construídas pelas estruturas da sociedade (estado, igreja, polícia, trânsito, etc.), a quem o indivíduo está sujeito em um dado território. Então, segundo este raciocínio, determinado grupo de agentes, em um terreno social específico, possui um conjunto de práticas e ideologias característicos que são constituídos pelo seu *habitus*. Em outras palavras, as estruturas que envolvem os agentes em uma sociedade, também estruturam (organizam) a forma como os agentes compreendem as partes da sociedade, dispondo assim as opções possíveis ao indivíduo e condicionando suas diversas ações – gosto, ideologia, crença, entre outras. Este processo mediador de estruturação ambivalente entre indivíduo e sociedade é denominado *habitus*.

---

<sup>54</sup> “[...] the cosmopolitan character of certain kinds of musical activity [...] may endow them with a unity of purpose and sense of participating in 'affective alliances'” (STRAW, 1991, p. 374).

<sup>55</sup> Do Latim, “hábito”.

Mais além neste contexto, o conceito de campo, tal qual *habitus*, aparece como uma abstração. O termo deriva de observações em que Bourdieu constata que agentes, dentro de organizações específicas, tendem a agir de formas condizentes com o contexto o qual estão circunscritos nessas organizações. O *habitus* é um *modus operandi* internalizado pelos indivíduos que compõem um campo. Sendo assim, campo é o conjunto das estruturas (estruturantes) que envolvem os indivíduos. O campo é um espaço social constituído por forças opostas que, mediante às regras próprias do campo (implícitas ou explícitas), e as disposições dos agentes (*habitus*), operam tanto na conservação quanto na alteração deste campo e, por isso, é um território de tensões sociais, que são ocasionadas pela oposição dessas forças (BOURDIEU, 2007).

Quando Straw direciona sua crítica para estudos que partem da produção e consumo e, mais além, aponta a dificuldade desses estudos em compreender a “causas mais complexas”, está implicitamente apontando a falta de análise sociológica dos *habitus* nos campos sociais que compõem essas cenas musicais estudadas. Por exemplo, Bourdieu, no posfácio de *A Economia das Trocas Simbólicas* (2005), ao tratar sobre experiência estética, exemplifica esta falta de aprofundamento na interpretação da relação da filosofia e obras de arte, criticando a interpretação “fenomenológica” dos fatos, que é aquela compreensão baseada em fenômenos aparentes e não na análise de causa e efeito, dos quais os fenômenos em questão são apenas resultados aparentes. A crítica de Straw aos trabalhos que consideram apenas produção e consumo se dá neste mesmo sentido, o que poderia ser suprida por uma análise mais sociológica das cenas, levando em conta os conceitos *habitus* e campo de Bourdieu.

Straw oferece três usos para o termo “lógica”, que são perspectivas mais abrangentes sobre as cenas musicais, indo além daquela visão criticada anteriormente, que é restrita apenas à produção e consumo em torno da música popular. Em primeiro lugar, aponta a lógica de campo, que está ligada ao termo “campo das práticas culturais” de Pierre Bourdieu. A lógica de campo indica “processos pelos quais princípios de validação e acomodação de mudanças operam dentro de espaços culturais particulares assim como perpetuam suas fronteiras”<sup>56</sup> (STRAW, 1991, p. 374). Num primeiro contato com esta lógica destacada por Straw, refere-se mais intimamente às relações socioculturais circunscritas a um espaço específico, conectada estreitamente com a historicidade deste espaço e com disputas de poder simbólico que acontecem entre a sociedade ali disposta. A este raciocínio, Pereira de Sá completa que o

---

<sup>56</sup> “[...]procedures through which principles of validation and means of accommodating change operate within particular cultural spaces so as to perpetuate their boundaries”.

trabalho de Straw reconhece a centralidade da cultura entendida como prática cotidiana e lugar de disputa (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 158).

A lógica social está mais relacionada à produção em si, às instituições, indústria e tecnologia. Através da visão de Bernard Miège sobre mercadorias culturais, refere-se à especificidade dos campos e é “moldada em parte pelas regiões que eles ocupam, seja pelo mercado ou pelo contexto de produção relativos a instituições culturais”<sup>57</sup> (STRAW, 1991, p. 374). Straw coloca que “diferentes espaços culturais são marcados por tipos de temporalidades encontrados entre eles [...] neste sentido, a ‘lógica’ de uma cultura musical é uma função no modo em que valor é construído nesta cultura relativo à passagem do tempo”<sup>58</sup> (1991, p. 374).

A partir de Michel de Certeau, a terceira lógica elencada é a dos “movimentos circunstanciais”, ou “práticas cotidianas”, que se divide em duas partes: os esforços dos profissionais da música para conseguir prestígio em determinado terreno e a contínua transformação das relações socioculturais, alianças entre determinadas comunidades musicais. De acordo com esta lógica, Straw critica as linhas de análise que resultam em “mero formalismo sobre mudança cíclica” na música. O autor sugere que a preocupação dos sociólogos musicais se afaste da substancialidade das formas musicais e dirija-se no sentido do terreno cultural – campo cultural. Na etnomusicologia esta questão já vem sendo debatida há tempo através do reforço da pesquisa em aspectos extramusicais e na importância do contexto em que a música acontece, como colocado por John Blacking em *Music, Culture, and experience* (1995) e em *How musical is Man* (1974).

Para Straw, o foco comum na substancialidade da música, ou seja, nos formantes plásticos, na forma e não no conteúdo mais significativo do que a música representa, obscurece a variedade em que mudanças podem ser melhor exemplificadas. O autor defende que a atenção com a lógica dos movimentos circunstanciais previne que o pesquisador cometa dois erros comuns:

[...] privilegiar processos na música popular que relembrem aqueles do ‘mundo da arte’ e exagerar a força transformadora de determinados agentes (atuantes na música popular); [...] entender os exemplos de mudança ou síntese musical como evidências

<sup>57</sup> “[...] shaped in part by the ‘regions’ they occupy, as markets and contexts of production, relative to a given set of cultural institutions”.

<sup>58</sup> Different cultural spaces are marked by the sorts of temporalities to be found within them [...] In this respect, the ‘logic’ of particular musical culture is a function of the way in which value is constructed within them relative to the passing of time.

não problemáticas de uma reorganização das relações sociais”<sup>59</sup> (STRAW, 1991, p. 375, tradução nossa).

Com isto o autor conclui que as mudanças em cenas musicais em determinada sociedade, sejam atreladas a gênero musical, performance, comportamento de consumo, ou outra forma substancial, são efeitos da possível reorganização de relações sociais. Além disso, conclui-se que a partir da lógica de movimentos circunstanciais, entra em voga uma multiplicidade de fatores que excluem os processos reservados ao mundo puramente artístico, levando à música popular a necessidade de análise mais elaborada, neste sentido, por conter os dois elementos base desta lógica (dos movimentos circunstanciais): os esforços dos profissionais da música para conseguir prestígio em determinado terreno e a contínua transformação das relações socioculturais e alianças entre comunidades musicais.

Entende-se também, a partir da chamada lógica social de uma cultura musical específica, que o campo é moldado em parte por suas territorialidades, pelo mercado e seus contextos de produção e consumo referentes às instituições culturais, bem como à passagem do tempo e o avanço tecnológico. Neste sentido, a lógica social é resultante de uma equação entre a construção de valor em torno de determinada cultura musical e a passagem do tempo. Por fim, deduz-se que a lógica de campo é aquela que indica as tensões no terreno musical originadas com lutas por validação e tentativas de “acomodação de mudanças”, isto é, um processo gradual de aceitação no terreno musical por quebras de paradigmas, valores, comportamentos, entre outras práticas no campo social de uma cena musical.

#### 5.1.7 Gênero musical e cena

Conforme Pereira de Sá, o conceito de cena conecta o diálogo com os debates em torno de gênero musical e processos de rotulação. Gênero musical é um conceito central para entendermos a produção, distribuição, comercialização e consumo (escuta musical), mesmo num cenário de globalização, onde as apropriações locais geram hibridismos que tornam instáveis as fronteiras entre um gênero e outro. A importância do gênero musical se dá pela sua função em mediar a escolha dos indivíduos no cenário musical, ou seja, são as convenções de gênero que orientam uma parte das escolhas no cenário musical e definem “onde essa música se encaixa; “com o que se parece”; e “quem vai comprar” (JANOTTI JUNIOR; PEREIRA DE

---

<sup>59</sup> “[...] privileging the processes within popular musical culture which most resemble those of an 'art world' and overstating the directive or transformative force of particular agents within them; on the other, Reading each instance of musical change or synthesis as unproblematic evidence of a reordering of social relations.



SÁ, 2018, p. 4). Janotti Junior completa a ideia de gênero como mediador explicando o termo como “modos de mediação entre as estratégias produtivas e os sistemas de recepção” (JANOTTI JUNIOR, 2005, p. 5), e “definido então por elementos textuais, sociológicos e ideológicos” (2005, p. 8). Pereira de Sá relembra que os gêneros musicais são “dinâmicos e instáveis porque estão sempre tensionados pelas disputas simbólicas em torno de suas fronteiras” (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 153).

A autora complementa que o gênero demarca também o alcance comercial e o público-alvo dos produtos midiáticos por ele originados, tais como CD's, DVD's, shows, vídeos, vestimentas, etc. Para se definir um gênero pressupõe-se uma demarcação negativa e comparativa com outros gêneros. Pereira de Sá explica que o dinamismo atrelado ao termo acontece porque ele reage a condições de produção; condições de reconhecimento; possibilidades de produção de sentido; e possibilidades de interação na cadeia de consumo. Pereira de Sá explica que tais definições em torno do dinamismo dos gêneros é interessante porque aponta para “aspectos extramusicais” (BLACKING, 1995) na construção desses gêneros. Além disso, a autora explica que o processo de rotulação das manifestações musicais está inteiramente ligado à disputa simbólica entre os diversos agentes envolvidos e não é algo livre de ambiguidades, porém é este processo que dá origem aos gêneros musicais. A rotulação “supõe um campo de batalha em que a disputa ocorre por autoridade” (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 153).

Mais além, a autora explica que a noção de um gênero não é definitiva e sempre indica uma tensão relativa a mudanças, como veremos mais à frente no trabalho. Complementado este raciocínio, Shuker explica que “há também uma considerável flexibilidade em relação ao gênero: subverte-se ou brinca-se com as convenções dos gêneros musicais existentes, ou adota-se um distanciamento irônico dessas convenções” (SHUKER, 1999, p. 142). Ele ainda complementa que é comum essa flexibilidade em gêneros híbridos, como o rock alternativo, que será abordado a seguir nesta pesquisa a fim de exemplificar as lógicas de mudanças nas cenas musicais.

Straw compara a forma pela qual as cenas em torno de dois gêneros musicais reagem a lógicas de mudança, o rock alternativo e a *dance music*. Ao tratar do rock alternativo, Straw começa comparando-o com o punk rock, sob a ótica dos “terrenos musicais” que cada um ocupava no início dos anos 1980, sobretudo no Canadá e nos Estados Unidos. Embora o rock alternativo seja entendido comumente como um desmembramento do punk rock, o autor comenta que enquanto as cenas punk se estabilizavam, uma cena começou a se estruturar articulada pelo gênero rock alternativo, com a criação de selos de gravação, locais para

performance, canais exclusivos de comunicação, entre outras estruturas em que essas atividades musicais se desdobravam.

A isto, Straw complementa que, ao passo que a centralização do punk na cultura musical local declinava, a unidade do rock alternativo não estava fixada à forma como o gênero soava. Mesmo porque, o rock alternativo combina múltiplos gêneros de diferentes épocas e locais, não tendo construído uma unidade baseada em uma linha de identidade sonora e estilística padronizada. Por causa deste pluralismo não houve uma corrente estilística que pudesse apontar uma trajetória do movimento, eliminando assim a possibilidade de se formar polos representantes desta cultura musical, o que torna o rock alternativo diferente dos outros subgêneros ao longo da história do rock, como por exemplo o punk, o pós-punk ou os mods. De acordo com o autor, a unidade do rock alternativo residia no modo como era estabelecida uma relação diferenciada com o tempo histórico e a localização geográfica das práticas musicais atreladas ao gênero (STRAW, 1991, p. 375).

Neste primeiro momento da análise de Straw, embora o autor deixe implícito em seu texto original, percebe-se uma aplicação da lógica de campo, que se refere às tensões no terreno musical originadas com lutas por validação e tentativas de acomodação de mudanças, quebras de paradigmas, valores, comportamentos, entre outras práticas no ambiente musical (STRAW, 1991, p. 376).

Em um segundo momento, Straw discorre sobre a necessidade de examinar o rock alternativo através do papel da hibridização estilística que, segundo ele, raramente terá o sentido de síntese de um novo movimento específico com a formação de alianças conectadas por ele. Em linhas gerais, Straw ressalta a peculiaridade no âmbito do rock alternativo, dado ao fato de que as alianças formadas dentro deste estilo não se dão fundamentadas num gênero particular, justamente porque o rock alternativo é uma mescla constante de estilos, sempre em mudança, o que não dá espaço para surgir um gênero que delineie um caminho estético na posteridade deste estilo, contrastando assim com as demais alianças formadas em outras práticas que constituíram pontos de virada durante a história do rock, que se deram, normalmente, fundamentadas no compartilhamento de linhas estilísticas semelhantes. Um dos efeitos disso percebido pelo autor é “ter na carreira individual, ao invés da cultura do rock alternativo como um todo, como o principal contexto em que a mudança é significativa”<sup>60</sup>.

Mais além e, também decorrente da característica instável do gênero, destaca-se no âmbito do rock alternativo a consagração dos “*connoisseurs*”, que são indivíduos incessantes

---

<sup>60</sup> “[...] to install the individual career, rather than the culture of alternative rock as a whole, as the principal context within which change is meaningful” (STRAW, 1991, p. 376).

pela busca quase arqueológica de conhecimento dentro de um assunto. Tal prática assegura autoridade dentro de determinadas culturas, como também coloca Henry Jenkins, ao utilizar o termo “*braintrust*” para ilustrar as relações construídas através deste tipo de atividade (JENKINS, 2008, p. 375). Embora as pessoas ainda se reúnam em grupos exclusivos em função de seus gostos, Straw complementa que:

O aprendizado da história e dos valores da forma musical continua sendo uma parte essencial do envolvimento com a música, o que foi muito facilitado pelo YouTube, por grupos de afinidade do Facebook e outros aspectos das novas mídias (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 8).

*Connoisseurs* e *Braintrusts* são como uma elite intelectual e cultural dentro de determinada comunidade e assim são reconhecidos, exclusivamente por causa de seu capital simbólico naquela área. Pereira de Sá explica que aquele conhecimento adquirido no contato com as mídias, no consumo de informação exclusiva e de produtos adequados e no cultivo de relações sociais com pessoas de influência configuram a busca por “capital subcultural”. Se trata de um processo por aceitação de um grupo e traz status a seu detentor, cria oportunidades e garante um lugar privilegiado em determinada cultura (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 154). Semelhante à lógica de campo, é uma derivação do conceito de capital simbólico de Bourdieu.

Novamente, de forma implícita, Straw aplica a lógica dos movimentos circunstanciais na análise do gênero que, em linhas gerais, é aquela que compreende os esforços dos profissionais da música para conseguir prestígio em determinado terreno e a contínua transformação das relações socioculturais e alianças entre comunidades musicais (STRAW, 1991, p. 376).

Nos anos 1980, uma época em que as majors ainda detinham grande influência sobre a circulação de produtos musicais, esta característica móvel do rock alternativo exigiu das grandes gravadoras novos meios de cooptar artistas deste estilo. Segundo Straw, as majors monitoravam carreiras mais suscetíveis ao sucesso, o que de certa forma é uma contradição, já que no rock alternativo os indivíduos buscavam a diferenciação como estratégia de unidade, ao que o autor complementa “um dos efeitos deste processo é um observado senso descontínuo de crise na cultura do rock alternativo”<sup>61</sup> (STRAW, 1991, p. 377, tradução nossa). Já que, neste primeiro momento, Straw não explicita um fato objetivo a que se deve esse senso contraditório de crise, surge a hipótese de que isto aconteça principalmente decorrente da então rotulação do

---

<sup>61</sup> “One effect of these processes has been an intermittently observed sense of crisis within the culture of alternative rock music” (STRAW, 1991, p. 377).

rock alternativo pela indústria, bem como da criação de prateleiras em lojas de discos dedicadas a um gênero que tem, por essência, a multiplicidade de referências e o pluralismo de sonoridades. O autor também comenta o paradoxal fato de que o rock alternativo, apesar de sua ampla capacidade de atender variados gostos, não deter a aderência necessária para a formação de alianças coletivas, justamente pela falta de sentido a um movimento mais amplo do gênero.

Neste terceiro momento, sob a lógica social, aquela que aponta como o campo é moldado pelo mercado e seus contextos de produção e consumo referentes às instituições culturais, bem como à passagem do tempo e o avanço tecnológico, Straw comenta como a característica instável do rock alternativo tem formatado os principais grupos musicais<sup>62</sup> que circulam em seu meio. O autor explica que por se tratar de uma manifestação musical “permeável”, o gênero encontrou repercussão em instituições pró diversidade, como rádios universitárias, lojas de discos independentes e espaços para performance ao vivo (STRAW, 1991, p. 376).

Os parágrafos anteriores não só ilustram como uma cena musical pode ser articulada através de um gênero, como também exemplificam a análise de Straw desta cena específica por meio da perspectiva das suas lógicas de mudança: de campo; social; de movimentos circunstanciais. Esta visão facilita a compreensão da atividade das cenas musicais e favorece na comparação de uma cena com outra porque, mesmo que implicitamente, sugere um modelo metodológico de abordagem do assunto. As lógicas de mudança apresentadas por Straw encontram ressonância na proposta desta pesquisa pois também se dividem em três frentes de abordagem razoavelmente parecidas com as sugeridas aqui. A lógica de campo pode-se entender que seja mais voltada à perspectiva das territorialidades; a lógica social se aproxima mais da perspectiva da indústria e tecnologia; e a lógica de movimentos circunstanciais se conecta melhor com a visão por meio de indivíduos e comunidades – ressaltando as interseções entre as três. Estas perspectivas, ou lógicas, não tratam de temas exclusivos umas das outras, podendo se permear, como o próprio autor faz por vezes, ainda que implicitamente.

Para ele, a principal diferença entre a *dance music* e o rock alternativo é a forma como cada um dos gêneros reage às hierarquias e diferenças como estilo musical, idade, orientação sexual, etnicidade, comportamentos de consumo cultural, entre outros critérios (STRAW, 1991, p. 380).

Dentro da cultura da *dance music*, as linhas estilísticas são transformadas no sentido de reafirmação de uma linguagem estética escolhida e invocada coletivamente. No rock

---

<sup>62</sup> Straw utiliza o termo “commodities”

alternativo, em contraste, apesar do gênero ter alguns consensos do que não se utilizar, como por exemplo os corais soul (*soulful voices*), não aparece nesta cultura a incitação da resposta coletiva a uma linha estilística, que é o caso da *dance music*. No terreno do rock alternativo coexistem diversas temporalidades dentro de um espaço cultural delimitado, “a cultura da *dance music*, em contraste, é aquela em que a diversidade espacial é perpetuamente retrabalhada como sequência temporal”<sup>63</sup> (STRAW, 1991, p. 381, tradução nossa). No âmbito da *dance music*, emergem polos territoriais de produtividade que são responsáveis por formar tendências, normalmente atrelados a cidades específicas. Straw utiliza o termo “indígena” para ilustrar esta lógica de tendências, fazendo alusão dessas cidades a aldeias, referindo-se também a esses polos como “sítios de trabalho”. Em contrapartida, o rock alternativo elimina a possibilidade de existência desses polos.

O ponto chave desta discussão não está na materialidade sonora de cada estilo, mas sim no modelo de análise entre eles. Straw conclui que o interessante deste tipo de estudo são as formas pelas quais cada cultura responde à diversidade, atribuindo valores e relações diferentes com a inevitável mudança dentro de cada cena musical. O que estas lógicas implicam é a compreensão das políticas na música popular e que elas não se concentram apenas na qualidade das manifestações musicais e no consumo destas. Para o autor, o importante são os processos “através dos quais determinadas diferenças sociais são articuladas dentro da construção de audiências em torno de determinadas alianças por meio de formas musicais”<sup>64</sup> (STRAW, 1991, p. 384), podendo ser, entre outras formas, os gêneros, como mostra o trabalho de Oliveira com a cena musical Black Rio dos anos 1970 e a *soul music* (2015).

Como colocado anteriormente, gêneros são, em poucas palavras, um conjunto de regras, técnicas semióticas, e formas que são “encenadas” nas cenas musicais por meio de performances de distinções de gosto. Amaral explica que, ao interpretar um gosto, “[...] os fãs de certa forma criam personas, geralmente para não parecer deslocado, ou um “mau exemplo de fã” (AMARAL, 2013, p. 459). A noção de cena, por sua vez, funciona como uma metáfora que capta como as comunidades de gosto lidam com o fluxo e o excesso de informação (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 155). Pereira de Sá explica que é na cena que os gêneros se confirmam ou não. Na cena, eles são transformados em possíveis novos gêneros e, para a autora, é nesse sentido que a discussão sobre gêneros e cenas se faz produtiva.

---

<sup>63</sup> The culture of dance music, in contrast, is one in which spatial diversity is perpetually reworked as temporal sequence.

<sup>64</sup> “[...] through which particular social differences are articulated within the building of audiences around particular coalitions of musical form.

### 5.1.8 Cena musical e o Século XXI

Com o surgimento de tecnologias de produção, distribuição, comercialização e consumo digital ao longo da década de 1990 e, principalmente, das duas primeiras décadas dos anos 2000, “a noção de cena passou por mudanças, adquirindo novas possibilidades e importância dentro dos estudos de música e comunicação” e por isso precisou ser ampliada para dar conta das reconfigurações na indústria e nas práticas musicais a partir de então (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 1). Para Straw, nas últimas duas décadas, a noção de cena ainda vive aquela dualidade entre noções como “subcultura”, “movimento”, “tribo” e uma relação mais geral da música e seu local geográfico de manifestação. O pesquisador também comenta que “precisamos dar mais atenção ao papel das instituições de nível mais baixo<sup>65</sup> como bares, lojas, locais de criação de redes [...] A noção de cena não precisa ter agentes humanos ativos em seu centro”, o que sugere um debate produtivo com a modernidade e as possibilidades da cibercultura<sup>66</sup> (LEVY, 2014, p. 17) na reformulação do conceito de cena (JANOTTI JUNIOR, 2012, p.3).

No início dos anos 2000 houve discussões em torno de cenas virtuais, porém Straw traça uma separação entre a globalização e a virtualização destas e explica que o modelo mais antigo de globalização ainda persiste, embora claramente intensificado pela internet. Para ele a música está “mais do que nunca, inserida em um lugar” e “os estilos musicais podem ser de carácter cosmopolita e circulante, mas os eventos musicais ainda estão muito ligados ao local” (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 6). Straw defende que as transformações das últimas duas décadas, a partir da inserção da cultura digital na circulação de música, afetaram “em sentido muito banal” a ideia de cena musical e que a ascensão de uma cultura musical baseada na internet “tornou a música menos importante na vida das pessoas”, o que carrega efeitos consideráveis para o reconhecimento do termo cena musical, ao que adiciona:

Quando as cenas se baseavam na noção de escassez musical – na dificuldade de encontrar música do tipo que você gostava, ou pessoas com gosto semelhante – as cenas tornaram-se importantes refúgios e recursos para as pessoas. Agora que não é mais assim, acho que a especificidade das cenas musicais será perdida. Ao mesmo tempo, aumentou a importância de uma forma voltada para a cultura/boêmia de viver

<sup>65</sup> Aqui há um problema de tradução do Inglês para o Português. Fui questionado em minha banca de TCC sobre a expressão “instituições de nível mais baixo”, que pode soar pejorativo no Português, se entendermos como “instituições de baixo nível”. Ao meu ver, Straw usa com o intuito de referir-se a instituições de maior contato com as manifestações musicais da cidade, seriam instituições de base para o consumo e práticas musicais, por isso “nível mais baixo”.

<sup>66</sup> Levy explica que a cibercultura é o conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.

nas cidades, e as cenas musicais sobreviverão como subconjuntos desses estilos de vida (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 7).

Apesar de Straw considerar ainda que as cenas virtuais acrescentaram pouco à primeira noção de cena musical, colocada entre o final dos anos 1980 e início dos anos 1990, Pereira de Sá as define como sendo aquelas em que “se utiliza da internet para sua existência”. No mesmo sentido que as cenas translocais, os agentes envolvidos estão separados geograficamente, porém dispersos em âmbito global (2013, p. 31).

Um detalhe relevância para a ideia, embora já tenha sido notado por diversos autores, como Henry Jenkins (2009; 2014), em conteúdos menos específicos, e mesmo Bennet e Peterson, citados pela professora Simone Pereira de Sá (2013), é o fato do controle do virtual estar mais amplamente disperso entre os usuários, conforme sugere a autora, os fãs “se mantêm com maior controle da cena através da internet, em salas de bate papo ou listas de discussão nas quais o capital subcultural dos membros é exibido e medido por outros fãs” (PEREIRA DE SÁ, 2013, p. 31).

Uma hipótese que surge é que esta constante interação entre fãs e *performer* reforça o carácter disruptivo das cenas, como colocado no exemplo citado por Straw a respeito da cena musical dos bares no estilo *cabaret* em Nova York, no início dos anos 1920, citado anteriormente. A atividade dos fãs em ambiente virtual permite um remix ativo de conteúdos audiovisuais e práticas, podendo por meio desta troca incessante, ditar novos rumos para as manifestações musicais em torno de determinada cena, em velocidade mais rápida do que anteriormente, no período em que não havia esta possibilidade provida pelo ciberespaço, e por isso pode ser um catalisador de inovação em cenas musicais, que é um assunto ainda não explorado em âmbito acadêmico.

Levy fomenta esse argumento ao começar *Cibercultura* (2014) explicando que “o crescimento do ciberespaço resulta em um movimento internacional de jovens ávidos por experiências com novas comunicações em âmbito econômico, político, cultural e humano. O autor reforça que o novo é “sempre desprezado”, assim foi com o cinema, com o potencial transformador do rock’n’roll e também é atualmente com a cibercultura (LEVY, 2014, p. 11). Essas experiências com o novo provido pelas possibilidades do ciberespaço são o ponto capaz de inovar as cenas musicais em âmbito *on* e *off-line*. Em seguida, Levy reforça esta ideia ao explicar que, ante ao desprezo cíclico com as novidades tecnológicas e culturais, “a questão é reconhecer” uma vasta mudança qualitativa no que chama de “ecologia dos signos” proporcionada por um ambiente inédito que resulta na extensão de novas redes (LEVY, 2014, p.12).



A isto, Timothy Rice completa a noção da música como sendo um sistema de signos<sup>67</sup> e que, embora não haja consenso sobre o significado musical, frequentemente a música é atribuída a determinadas ações como por exemplo: música para praticar exercícios; música para humor; música para suspense. Contudo, tais significados mudam de cultura para cultura. Entender um gesto musical como um ícone é um ato de imaginação que contribui ao senso de identidade de uma pessoa e pode disparar fortes emoções associadas com aquela identidade, por exemplo. Portanto, a música produz significado (RICE, 2014, p. 59).

A música é um sistema de signos que possui significado e também os produz. Concomitante a isso, Straw considera as cenas musicais um ambiente superprodutivo de significados (STRAW, 2006, p. 9). Para Levý, a velocidade de transformação é uma constante na cibercultura e “até os mais ligados encontram-se [...] ultrapassados” pela incessante criação e recriação de conteúdos (LEVÝ, 2014, p. 28). Dessa forma, fazendo a conexão entre os três autores, entendendo as cenas virtuais como cenas musicais situadas no ciberespaço, sob forte atuação da inteligência coletiva, que são modos de cooperação comum, na experimentação e atribuição de novos significados ao produto musical, penso que cenas musicais virtuais multiplicam o carácter superprodutivo das cenas locais, que fora apontado por Straw anteriormente, tornando-as um ambiente ainda mais produtivo e propício para inovação musical.

Pierre Levý explica que, no ciberespaço, esta inundação de informação não tem fim e, por isso, é chamada de “segundo dilúvio”. Por causa disso, o autor comenta que a cibercultura leva a mensagem novamente ao patamar em que as mensagens aconteciam antigamente apenas na oralidade, no sentido de reforçar sua união entre contexto e mensagem (LEVÝ, 2014, p. 15). A este fenômeno, Manoel Neto comenta (informação verbal) sobre como a música é afetada:

A música não está mais em voga. O excesso de música na humanidade fez com que se tenha perdido interesse. A música está voltando a uma fase original, que é uma fase ritual. Faz parte do cotidiano, tem a ver com espiritualidade, bem-estar, não a ver com mercado.

---

<sup>67</sup> A semiótica distingue três tipos de signos: símbolos, índices e ícones. Um ícone é um signo que relembra de alguma forma aquilo que ele representa. Na música isto se aplica na imitação: uma flauta imitando o piar de um pássaro, por exemplo; o índice é aquele que aponta ao objeto o que ele representa. Acontece na música quando determinada peça é associada ou ocorre ao mesmo tempo que alguma outra coisa. Por exemplo o fenômeno na “nossa música”, comum entre casais; símbolos são signos com significados previsíveis e específicos, utilizados na linguagem. Na música estão presentes apenas em notação musical, ademais, utiliza-se apenas índices e ícones.

Aproveitando o gancho deixado pela citação de Manoel Neto, Alan Merriam coloca que “a música é usada e integrada em quase todos os aspectos da vida entre as sociedades ágrafas, o que não acontece na civilização ocidental” (MERRIAM, 1964, p. 214, tradução nossa). Rice complementa esta ideia ao explicar que a noção de propriedade musical na maioria das culturas simplesmente não existe – semelhante ao que acontece no ciberespaço. De duas uma: ou todos possuem a música, ou ela não é de ninguém (RICE, 2014, p. 42). John Blacking acreditava que a música é um atributo fundamental da natureza humana. A partir disto, Blacking conclui que a especialização do trabalho em grandes sociedades, como a civilização ocidental, levou à criação de “classes” de músicos especialistas profissionais e, logo “uma desmusicalização da maioria da população (BLACKING, 1974). Neste sentido, Manoel Neto continua seu raciocínio (informação verbal):

É furada a ideia de que a música vai se sustentar numa ilusão do século XX. Até os anos 1960 não tinha valor nenhum na música, mesmo com o mercado editorial, isso era irrelevante. Não existiam repetidoras. Quando eles começam a criar transmissão via satélite é que começa a valer a pena pra indústria investir pesado e lucrar alto, porque aí tinham 1000 rádios repetindo um só conteúdo. Dos anos 1960 até o final dos anos 1990 se criou uma ilusão sobre uma potência (comercial) da música.

Essa “potência comercial da música”, ilustrada pela indústria dos *hits*, pautada na repetição, claramente foi desestabilizada pelas possibilidades da cibercultura e uma mudança de paradigma a nível global que reestruturou as lógicas de mercado envolvendo a cadeia produtiva da música após a democratização dos meios digitais. Porém, como sugerido anteriormente, a cibercultura retoma a mensagem, e a música também, ao seu nível original, como na época em que as informações eram passadas pela oralidade, conforme argumentado por Pierre Levý.

Retornando ao raciocínio provido por Straw, sobre como as cenas podem ser disruptivas, isto é, ambientes de mudança e quebras de paradigma, exemplificado pela mudança no comportamento da cena musical através da interação da audiência com o artista em restaurantes *cabaret* em Nova York nos anos 1920, sugere-se que, no mesmo sentido, a interação *online*, em cenas virtuais, também podem possuir o mesmo efeito disruptivo, porém ainda em maior escala, visto que o ciberespaço elimina as fronteiras geográficas, não dependendo da atuação presencial dos agentes.

Neste sentido, Dulce Mazer, ao trazer à tona os efeitos da noção contemporânea das cidades, como organizações culturais de um espaço físico interconectadas em rede por meio de tecnologias de comunicação disponíveis aos habitantes, defende que “as práticas de consumo

musical mostram novos fluxos e usos sociais do território, como possibilidades de conectar-se em redes aos modos de estar juntos”. Para a autora, esta forma de viver a cidade contemporânea, que é um comportamento mediado, “tem um papel estruturador” e, sobretudo na relação com a música, seu estudo traz a compreensão de uma (grande) “parte da rede comunicativa que se forma na urbe e na cultura” (MAZER, 2017, p. 8).

Henry Jenkins cita constantemente como a interação dos fãs pode remodelar as práticas da indústria, conferindo-os a qualidade de produtores, mesmo que em menor escala (JENKINS, 2009). Jenkins segue o raciocínio com a máxima “aquilo que não se propaga, morre” (JENKINS, 2014), defendendo que no atual paradigma, ou seja, esta nova reordenação de papéis entre fãs e indústria, é preciso se adaptar e repelir a lógica da aderência, que de acordo com ele, atrasa a difusão de conteúdos na internet.

Segundo este raciocínio, sugere-se pensar que as relações entre artistas, público, instituições de base, plataformas, entre outros agentes presentes em cenas musicais virtuais, entendendo ou não o jogo da interatividade, são capazes de reconfigurar o carácter de uma cena em âmbito local e até mesmo global, como coloca Pereira de Sá, “trata-se, assim, de um processo altamente complexo, que pode deixar marcas e transformar de maneira definitiva a própria identidade de uma cena local ou translocal”, atravessando assim a fronteira entre *off-line* e *online* (2013, p. 32).

## 5.2 CENAS HUMANAMENTE ORGANIZADAS – HABITUS<sup>68</sup>

O presente subcapítulo tratará a respeito dos indivíduos presentes na cena musical rock de Curitiba. São músicos, frequentadores de casas noturnas, proprietários e funcionários de bares e outras demais instituições que estejam vinculadas com o fazer musical na cena rock da cidade, jornalistas, produtores, empresários, agitadores culturais, políticos, professores, entre outras pessoas ou grupos de pessoas que influenciam a cena musical em questão. Estes agentes estão, sob a ótica aqui proposta, “musicando” na cena roqueira (SMALL, 1998).

É preciso ressaltar que há muitas frentes científicas disponíveis para pensar o indivíduo e sua relação com a música, sobretudo na Etnomusicologia e na Comunicação. Para esta pesquisa foi delimitado um recorte bem específico que atende aos objetivos propostos e permite

---

<sup>68</sup> Os Etnomusicólogos escrevem sobre indivíduos em parte por uma questão de método, pois percebem que o conhecimento ganhado durante a pesquisa não é produto de observação objetiva (não somente), contudo, é fruto de interações específicas entre os estudiosos e os indivíduos numa comunidade em que eles se inserem para estudar (RICE, 2014, p. 79).

mais objetividade e foco no tema principal. Por isso, também pelos dados autoetnográficos, foi escolhido para esse subcapítulo um viés mais empírico, buscando um enfoque maior na figura do indivíduo músico e nas comunidades formadas por eles. Ressalta-se também que, nas cenas musicais, há variadas redes de relações envolvendo os indivíduos, muitas das quais não necessariamente envolvem músicos, como é o caso, por exemplo, da relação entre políticos e empreendedores locais, que não envolve diretamente a participação de profissionais da música, embora estes estejam diretamente afetados.

Neste sentido, o objetivo deste subcapítulo é pensar o profissional de música e suas relações com os demais agentes presentes na cena, lembrando também que um dos objetivos específicos desta pesquisa é atualizar dados sobre a realidade da cena em questão, o que subentende compreender o centro das relações que interferem no fazer musical da cena rock.

### 5.2.1 Etnomusicologia: música para que?

A Etnomusicologia<sup>69</sup> é o estudo de por que e como os seres humanos são musicais. “Musicais” no sentido da capacidade dos indivíduos em interagir ao som humanamente organizado<sup>70</sup>. Para os estudiosos da área a música é uma condição essencial do ser humano e, por isso, é necessário estudá-la em toda sua diversidade (RICE, 2014, p. 1). Timothy Rice elenca algumas das atribuições principais da disciplina: estudar por que e como o ser humano faz música; estudar a atividade musical das pessoas; dimensionar o alcance total, em todos os lugares e períodos, da música e do fazer musical (2014, p. 9).

A Etnomusicologia também questiona sobre o papel da música na construção comportamental, psicológica ou se, no sentido inverso, culturas e sociedades preexistentes influenciam na música de determinado local (2014, p. 10). Neste sentido, a disciplina é orientada para o estudo da música como cultura, isto é, associada à atividade humana também em outros aspectos (extramusicais) como religião, política, linguagem e demais instituições sociais. A partir desta linha, sobretudo com a valorização do contexto musical, que a Etnomusicologia expõe questões como: por que as pessoas cantam, tocam e dançam da forma que o fazem? Qual o propósito da música na humanidade? Se o fazer musical pode ser entendido

---

<sup>69</sup> Etnomusicologia é a junção dos termos gregos *ethnos*, *logos* e *mousiké*. *Ethnos* significa “pessoas da mesma nação” ou “pessoas de um mesmo grupo”. *Logos* significa estudo. *Mousiké* significa música. Etnomusicologia é o estudo da música em pessoas de um grupo em comum.

<sup>70</sup> “Som humanamente organizado” é a definição de John Blacking para música (BLACKING, 1974).

como um fenômeno comportamental, então, como isto está embutido nas sociedades e nas estruturas sociais?

Segundo Christopher Waterman, “o objeto de interesse irredutível da Etnomusicologia não é a música em si, [...] mas os sujeitos humanos historicamente situados, que percebem, aprendem, interpretam, avaliam, produzem e respondem à música” (RICE, 2014, p. 24, tradução nossa). Mais além, Rice adiciona que a Etnomusicologia também abarca nesta mesma ordem de prioridade as comunidades baseadas em afinidades, alianças e afetos que podem ocorrer, por exemplo, em torno de gêneros musicais ou através da associação desses grupos com instituições (2014, p. 28). Com base nisto que foi elaborado este presente subcapítulo, uma abordagem voltada para indivíduos na cena musical e suas comunidades circunscritas à cena em questão.

O professor Dr. Vincenzo Cambria, presidente da Associação Brasileira de Etnomusicologia (ABET) entre 2014 e 2016, trata da falta da abordagem das cenas musicais por etnomusicólogos. Embora Rice (2014) destaque o surgimento de trabalhos etnomusicológicos sobre cenas musicais, Cambria relata a ausência de preocupação por parte dos etnomusicólogos em estudar o espaço urbano em toda sua complexidade, ressaltando que os trabalhos na área são sempre voltados a dimensões “micro”, ou “macro”, ou direcionadas a sistemas globais, mas sempre negligenciando a dimensão da cidade (CAMBRIA, 2017).

Tendo o foco em indivíduos e grupos, a disciplina entende que há um fim para o fazer musical, isto é, há uma utilização da música em diferentes contextos, o que derruba a ideia de que a música é uma forma de arte que é feita com o propósito em si mesma. Timothy Rice explica que a música é um recurso de funções sociais e psicológicas; uma forma cultural; comportamento social; é texto para ser lido e interpretado; configura um sistema de signos; e também é arte (2014, p. 44). Cena musical nos parece pertinente à Etnomusicologia porque, dentre outras interseções, também depende fortemente da dimensão social aplicada aos contextos em que a música é empregada.

A noção da música como recurso social baseia-se nos usos e funções de Merriam (1964) e está extremamente embutida no pensamento etnomusicológico. Muitas sociedades usam a música para integrar a sociedade em torno de valores e comportamentos comuns. Pode ser usada também como recurso comunicativo, na celebração de passagens de estações, ou ainda em ritos de transição da infância para vida adulta, por exemplo (BLACKING, 1974). Há também a noção do fazer musical como recurso psicológico, principalmente ao ser relacionado a entretenimento, apreciação estética e expressão emocional (RICE, 2014, p. 48). Além disso, existe a noção da música como um elo entre o social e o psicológico, por exemplo, aquelas

feitas para marchar ou dançar. Agir em conjunto no ritmo da música faz com que as pessoas tornem uma resposta psicológica individual num recurso social que os leva a entrarem em sincronismo umas com as outras e, por isso, fortalece ações em grupo (2014, p. 50).

A visão da música como uma forma cultural e comportamento social tem raízes na perspectiva estruturalista de Levy Straus e baseia-se na argumentação de que tanto a natureza da música como o comportamento social devem ser coerentes com outras formas culturais em uma determinada comunidade. Após os anos 1990 os etnomusicólogos continuaram a ver a música como uma forma cultural e um comportamento social, porém, influenciados pelo pós-estruturalismo, começaram a rejeitar homologias entre estruturas sociais e musicais, visão que permanece atualmente. Segundo Rice, esta linha de pensamento crê que a música produz cultura ao invés de somente refleti-la (2014, p. 56).

A música pode ser entendida também como um sistema de signos, porém, diferente da linguagem, o som humanamente organizado não possui signos da família dos símbolos. Por fim, o entendimento da música como arte remete à discussão do próprio significado da arte. Em linhas gerais, há duas noções de arte: o fazer habilidoso de alguma coisa e/ou, seguindo a linha de pensamento Kantiana, liga a arte ao julgamento estético do belo, do sublime, do bom, do agradável. A visão Kantiana foca na habilidade da arte em expressar emoções (RICE, p. 60). Por outro lado, Rice explica que algumas culturas simplesmente não fazem julgamento estético da música<sup>71</sup>.

Sob a visão de Rice foi exposta uma breve explicação do que é a Etnomusicologia, quais seus objetos de estudo, o porquê de o foco principal ser em indivíduos e comunidades, o que é música e em qual contexto ela costuma ser empregada como recurso, além de exemplificar quais são estes recursos em questão.

### 5.2.2 Usos e funções da música

Em linhas gerais, a música ganha relevância à medida em que é utilizada pelas pessoas em sua vivência nas sociedades que se inserem. Na seção anterior, foi exemplificado que, para os etnomusicólogos, a música não é uma expressão que tem fim em si mesma, ou seja, ela possui significado e propósito para os seres humanos, fato é que está presente em todas as culturas.

---

<sup>71</sup> Por exemplo, houve um caso com David McAllister em que ao perguntar sobre o que determinada música causava num ouvinte de Navajo, acabou o ofendendo, pois a música em questão era conhecida no uso da cura de doenças mentais. Nesse caso, uma boa performance é aquela que funciona (RICE, 2014, p. 63).

Pensar a música como uma atividade com um fim para a sociedade e para os indivíduos que a integram, nos leva para o debate levantado por Alan Merriam a respeito dos usos e funções da música. Merriam coloca que a questão dos usos e funções é “um dos mais importantes problemas na Etnomusicologia”, pois no estudo do comportamento humano é procurado constantemente não apenas fatores descritivos sobre a música, mas seu significado, ao que completa: “Nós queremos saber não apenas o que a ‘coisa’ é, mas, de forma mais significativa, o que isso faz nas pessoas e como faz”. A partir deste problema que surge a necessidade de entender os termos uso e função da música. Segundo Merriam, há diferença entre os termos, porém são conceitos complementares (MERRIAM, 1964, p. 209, tradução nossa).

O termo “uso” refere-se às formas pelas quais a música é empregada nas sociedades, desde sua prática cotidiana como “uma coisa por ela mesma”, ou em combinação com outras atividades<sup>72</sup>. Merriam cita como exemplo a música em serenatas de amor, a canção para invocação de deuses, a entonação de melodias para chamar animais para o abate. Neste caso a música está sendo usada em determinadas maneiras. O autor completa que quando a música é usada em certas situações, pode se tornar parte delas. Seguindo por esta linha, o termo uso refere-se à situação contextual em que uma música é empregada na ação humana (MERRIAM, 1964, p. 210).

O termo função se relaciona com as razões para o emprego da música e particularmente com o propósito maior a que esta música serve. No caso da serenata de amor, por exemplo, a música é usada para o cortejo, porém a função final seria a perpetuação da espécie; na música usada para atrair animais ao abate, a função seria a produção de alimento; na música usada para entretenimento, a função é causar divertimento. Há então, seguindo por esta linha de raciocínio, uma relação entre uso como sendo os meios e a função como sendo os fins (MERRIAM, 1964, p. 210).

Merriam coloca que o conceito de função foi dividido em quatro categorias por Nadel em 1951. Ter função é usado como sinônimo de operar, ter um papel ou ser ativo; significa a não aleatoriedade, isto é, “todo fato social tem uma função”; no mesmo sentido que é empregado na física e na matemática, função denota interdependência entre elementos; responde a um propósito definido (MERRIAM, 1964, p. 210-211). Mais além, segundo Radcliffe-Brown, “função é a contribuição que uma atividade parcial dá à atividade total em que esta é só uma parte” (RADCLIFFE-BROWN apud MERRIAM, 1964, p. 211, tradução nossa).

---

<sup>72</sup> Por exemplo, música usada para estimular exercícios físicos.



Sob a visão de Radcliffe-Brown, discordando da visão de Nadel, entende-se que não necessariamente todo elemento na vida humana tenha uma função. Assim, supõe-se a existência de função a determinados elementos e, dessa forma, justifica-se procurar descobri-la. Outro ponto levantado por meio desta perspectiva é que, em sociedades diferentes, o mesmo uso da música pode ter funções diferentes em ambas – usos iguais, funções desiguais. Em nossa sociedade ocidental moderna, industrializada, conectada em rede, há a tendência de categorizar a produção cultural de modo geral, além das rotulações da indústria, mas também como “arte pura e aplicada”; “artista e artista comercial”; “erudita e popular”; “artista e público”. Merriam aponta que estas categorizações utilizam como critério, em entrelinhas, os usos e funções em cada situação, distinções que, em sociedades ágrafas em geral, pode-se seguramente afirmar que não existem, pois a música, o fazer artístico em geral, é parte da vida e não algo separado dela (MERRIAM, 1964, p. 211).

A falta de categorização da música em sociedades ágrafas não significa que não há especialização, significa que um número muito maior de pessoas é competente a participar da música, pois nestas sociedades há claramente usos mais relacionados a vivência coletiva (MERRIAM, 1964, p. 2012). Merriam completa que a música é usada e integrada em quase todos os aspectos da vida entre as sociedades ágrafas, o que não acontece na civilização ocidental. A música nestas sociedades não é necessariamente “mais funcional”, o que acontece é que nestes grupos a música é usada em uma maior variedade de situações (1964, p. 214-215).

Não é possível elencar todos os usos possíveis da música em nossa sociedade, no entanto, é possível indicar um campo de atividades musicais, que se estende através da cultura. A partir das reflexões de Nadel, Radcliffe-Brown e Herskovits, Merriam elabora as suas dez principais funções da música. A (1ª) primeira seria a função da emoção e expressão o que, segundo o autor, uma das características mais marcantes ao estudar textos musicais é que eles proveem um meio para expressão de ideias e emoções não revelados no discurso “comum” (MERRIAM, 1964, p. 219). A (2ª) segunda função percebida por Merriam é a da apreciação estética. Segundo ele, a noção de “estética musical” é uma condição quase exclusiva da civilização ocidental. A (3ª) terceira função apresentada por Merriam é a do entretenimento e está presente em todas as sociedades. O autor coloca a ressalva que apenas na sociedade ocidental aparece a noção do “puro” entretenimento, pois em outras o entretenimento é geralmente combinado com demais funções (MERRIAM, 1964, p. 223). Como já visto anteriormente neste trabalho, a função do entretenimento é a mais presente na discussão sobre cenas musicais.

A (4ª) quarta função da música, segundo Merriam, é comunicar. Apesar de sabermos que, de fato, a música comunica algo, não temos claro o que, como e a quem ela comunica. A música não é uma linguagem universal, mas é moldada nos termos da cultura a que ela faz parte. A (5ª) quinta função é a da representação simbólica, ao que Merriam explica que há quase total certeza de que em todas as sociedades a música atua como uma representação simbólica de outras coisas, ideias e comportamentos. Em (6º) sexto lugar, elenca-se a função da resposta física. Esta função é colocada com certa hesitação pois é um tanto questionável se a resposta física pode, ou deveria, ser ouvida no que é essencialmente um grupo de funções sociais. Entretanto, o fato de que a música extrai respostas físicas é claramente considerado em seu uso nas sociedades humanas, embora as respostas devam ser moldadas por convenções sociais, como por exemplo possessão, sedução e ativação de comportamentos de massa (MERRIAM, 1964, p. 223).

As últimas quatro funções da música, segundo Merriam, têm a ver com a interferência da música na sociedade em que está inserida de um modo geral: (7ª) a função de se fazer cumprir normas sociais; (8ª) a função da validação das instituições sociais e de rituais religiosos, por exemplo o hino nacional; (9ª) a da contribuição e da continuidade e estabilidade da cultura, que surge como consequência de todas as funções anteriores e, inclusive, já foi comentada anteriormente sobre o comportamento fixador das práticas em cenas musicais; (10ª) a função de contribuir para a integração de uma sociedade, como já comentado anteriormente sobre os rituais de transição em povos ágrafos, como os Venda, estudados por John Blacking (MERRIAM, 1964, p. 223-226).

Por fim, Merriam conclui que a música fornece um ponto de união em torno do qual os membros de uma sociedade se reúnem para participar de atividades que requerem a cooperação e a coordenação do grupo. Além disso, lembra que toda sociedade tem ocasiões marcadas pela música que atrai seus membros juntos e lembra-lhe sua unidade. Merriam sugere a possibilidade de condensação ou expansão de sua lista de funções, mas em geral, resume assim o papel da música na vida humana. Neste sentido, reafirma que o fazer musical é claramente indispensável para a propagação das atividades que constituem uma sociedade e que, além disso, é um comportamento humano universal, ao que coloca “sem isso, é questionável que o homem pudesse realmente ser chamado de homem” (MERRIAM, 1964, p. 227, tradução nossa).

### 5.2.3 A indústria cultural e o impacto na relação do indivíduo com os bens culturais

Para dar início a esta seção, sobretudo com o intuito de fomentar a reflexão principal sobre a profissão músico, que vem sendo aos poucos elaborada no presente trabalho, será utilizado a perspectiva de Adorno, da Escola de Frankfurt<sup>73</sup>. Adorno, em grande parte de sua obra, critica extensivamente aquilo que chama de “indústria cultural”<sup>74</sup>, que segundo ele, falsifica as relações entre os homens e também com a natureza. Segundo Adorno a indústria cultural “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente”. Mais além nesta reflexão, para Adorno, o ócio do homem é aproveitado pela indústria cultural justamente para ajustá-lo ao trabalho (ADORNO, 1996). O entretenimento seria assim buscado como um escapismo que tem a única função de recondicionar o trabalhador para aguentar um novo ciclo laboral, que geralmente termina com o final da semana, o que vai diretamente ao encontro das reflexões de Certau (1994) acerca do cotidiano, as quais Straw (1991) utilizou para embasar suas lógicas de mudança em cenas musicais.

Mais adiante, para exemplificar a crítica de Adorno nas práticas da indústria cultural, é possível elencar a dimensão erótica, a qual é fortemente explorada nos produtos culturais. Adorno coloca como exemplo as situações sexuais retratadas pelo cinema, mas mesmo na música isto se percebe nitidamente. Tais situações comunicam imagens e sons eróticos porém não são capazes de satisfazer o interlocutor com a realização daquilo que incitam. Ou seja, o espectador assiste a uma cena de sexo em um filme, por exemplo, mas não pratica o sexo ali sugerido. A crítica de Adorno está concentrada no não cumprimento da “promessa” colocada pela indústria, está no fato de ela oferecer algo ao mesmo tempo em que o priva (ADORNO, 1996).

---

<sup>73</sup> Iniciou-se com a fundação do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt em 1923, sob direção de Carl Grünberg. Vários pensadores se destacaram, como por exemplo Theodor Adorno, Walter Benjamin e Max Horkheimer. A escola de Frankfurt possuía uma linha de pensamento crítico “marxista”, não no sentido político partidário mas, no que tange a um “sistema econômico, de uma determinada cosmovisão de um método de pesquisa bem definido” (ADORNO, 1996).

<sup>74</sup> Indústria Cultural é um termo empregado por Adorno para traduzir uma lógica comercial em detrimento dos bens culturais. É, em poucas palavras, a comercialização da cultura, a visão da arte como produto e do uso dela para obtenção de lucro. O conceito foi introduzido a primeira vez em 1947 para substituir o termo “cultura de massa” pois, segundo Adorno e seu parceiro de escrita Horkheimer, o segundo daria a entender que trata-se de uma cultura espontânea surgida do povo, quando de acordo com eles, a indústria molda e determina o consumo cultural. Então o conceito de indústria cultural é para fomentar as lógicas capitalistas que englobam a produção e comercialização da cultura por grandes veículos e detentores de direitos dessas produções. O uso por si só do conceito já determina uma crítica à sobreposição das lógicas de obtenção de lucro pela prática cultural em si.

Na música isto é uma discussão não atual, mas que persiste com força e vai justamente de encontro à análise daquelas lógicas de obtenção de lucro sobre bens culturais, que acontecem frequentemente com a sobreposição de práticas extramusicais às práticas musicais. O erotismo na música popular massiva é um exemplo claro disto, e é uma dimensão cada vez mais explorada na produção de músicas com a função de entretenimento, como acontece atualmente com os grandes *hits* comerciais vinculados aos gêneros do funk carioca, sertanejo universitário, pop e até mesmo ao rock. O efeito disto, o qual é criticado por Adorno, é a criação de necessidades ao consumidor - o vicia, o torna dependente e ansioso por algo que não se realiza, mas que é fortemente incitado pela indústria.

#### 5.2.4 Críticas sobre decadência do gosto musical

Antes de adentrar mais a fundo na questão que envolve o fetichismo na cena musical rock de Curitiba, é preciso frisar que as críticas sobre a decadência do gosto musical são tão remotas quanto à própria existência da música, ao que se sabe (ADORNO, 1996, p. 65). Timothy Rice comenta que o interesse de como e por que os seres humanos fazem música já data da China e da Grécia antiga (RICE, 2014, p. 10). Grout e Palisca ilustram esse fato com um relato de que o próprio Aristóteles no séc. IV a. C. já criticara os excessos técnicos supervalorizados em detrimento do fazer musical em si. Para Aristóteles o virtuosismo exagerado era algo nocivo à música (GROUT; PALISCA, 2007, p. 18). É preciso ressaltar que essa colocação de Aristóteles nos é pertinente porque a história da música em nossa civilização tem seu início na tradição e mesmo na mitologia grega.

A linha de pensamento grega sobre a música era pautada na doutrina do *ethos*, que levava em conta a possibilidade de efeitos morais e éticos, e mesmo psicológicos, decorrentes dos fazeres musicais. Não só na Grécia antiga, mas também na China acreditava-se que a música tinha um extraordinário papel cultural com implicação social, cosmológica, metafísica, religiosa e política (RICE, 2014, p. 10). Seguindo pela doutrina do *ethos*<sup>75</sup>, Platão e Aristóteles concordavam que a música imprimia forte influência nas cidades-estados e que era possível produzir pessoas “boas” através de uma educação que combinasse ginástica e música, a primeira ligada ao corpo e a segunda ligada ao espírito (2007, p. 20-21). Platão expunha que “os fundamentos da música, uma vez estabelecidos, não deverão ser alterados, pois o desregramento na arte e na educação conduz inevitavelmente à libertinagem nos costumes e a

---

<sup>75</sup> *Ethos* em grego significa “costume”, “hábito” ou “comportamento”.

anarquia na sociedade”. Por exemplo, é desta época o ditado “deixai-me fazer as canções de uma nação que pouco me importa quem faz as suas leis”.

Um dualismo no fazer musical entre sagrado e profano, ou ainda, adequado e inadequado, se perpetuou pela história, como exemplificado pela forte preocupação da igreja cristã durante a Idade Média em regulamentar o que era permitido ou não se executar nas missas, pelo impacto do modernismo na arte nos movimentos do início do século XX, fortemente combatido por regimes totalitários, como aconteceu na Alemanha nazista, por exemplo, e no Brasil com o uso da música para fortalecer o nacionalismo durante o governo de Getúlio Vargas.

A noção de que a música produz efeitos comportamentais se faz presente também pelos ainda atuais debates acerca da música popular massiva e pelas críticas direcionadas às estratégias comerciais da indústria cultural. A divergência entre os significados atribuídos pelos gregos às práticas musicais, pode atualmente ser entendida como as tensões na arte entre as correntes de pensamento que defendem a busca pelo belo, pelo sublime, pela ordem, pela elevação espiritual em busca do divino, e as demais, que buscam o fazer artístico com a desordem, o caos, o grotesco, o erotismo, a ostentação, ou a própria escatologia<sup>76</sup>.

Aquele dualismo presente no pensamento grego acerca da música ainda persiste, mas, de certa forma mais complexo pelos inúmeros processos de significação e ressignificação proporcionados com o avanço das tecnologias e das comunicações. É neste sentido que, ainda no início do século XX, Adorno, declarado admirador das opiniões de Platão (1996, p. 68) aponta: “toda vez que a paz musical se apresenta perturbada por excitações bacânticas, pode-se falar da decadência do gosto” (1996, p.65). A crítica de Adorno não está de todo modo fundamentada no que ele julga correto gostar ou não, ou ainda na lógica do *ethos* grego, mas sim na incapacidade do ouvinte em fazer o próprio julgo da música que ouve. Ele critica a supressão do poder de escolha, que é um efeito da homogeneização promovida pela indústria cultural, ao que coloca:

Se perguntarmos a alguém se ‘gosta’ de uma música de sucesso lançada no mercado, não conseguiremos furtar-nos à suspeita de que o gostar e o não gostar já não correspondem ao estado real, ainda que a pessoa interrogada se exprima em termos de gostar e não gostar. Em vez do valor da própria coisa, o critério de julgamento é o fato

<sup>76</sup> Um exemplo de como este debate é colocado frequentemente à tona, foi uma postagem do jornal O Estadão na rede social *Twitter*, do dia 18 de Dezembro de 2017, em que destaca o posicionamento do músico e compositor Lulu Santos ao criticar o videoclipe da música *Vai Malandra*, da cantora Anitta: “Caramba! É tanta bunda, polpa, bumbum granada e tabaca que a impressão que dá é que a MPB regrediu pra fase anal. Eu, hein?” (Fonte: <https://t.co/u8MUUvtRbw>). Em resposta a Lulu, o compositor Rogério Skylab declarou em entrevista durante o programa *The Noite*, do dia 24 de Abril de 2018: “O fato da música popular brasileira ter regredido à fase anal, eu vejo um grande avanço!” (Fonte: <https://goo.gl/jPMDtV>).

de a canção de sucesso ser conhecida de todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo. O comportamento valorativo tornou-se uma ficção para quem se vê cercado de mercadorias musicais padronizadas. Tal indivíduo já não consegue subtrair-se ao jugo da opinião pública, nem tampouco pode decidir com liberdade quanto ao que lhe é apresentado, uma vez que tudo o que se lhe oferece é tão semelhante ou idêntico que a predileção, na realidade, se prende apenas ao detalhe biográfico, ou mesmo à situação concreta em que a música é ouvida” (ADORNO, 1996, p. 65).

### 5.2.5 Música e entretenimento: regressão da audição e fetichismo

Adorno teceu várias críticas à música de entretenimento a qual, para ele serviria apenas como plano de fundo. Em sua obra, faz uma reflexão entre o sistema de produção capitalista e seus efeitos na música. Com isto chega à conclusão de que a música de entretenimento teria o intuito, em sua maior parte, de preencher um “vazio do silêncio” que se instalara em pessoas escravizadas por uma rotina criada pelo sistema. Decorrente disso, Adorno sugere que “se ninguém mais é capaz de falar realmente, é óbvio que também que ninguém é capaz de ouvir” (1996, p. 67). Além disso, o autor complementa que o prazer do entretenimento desobriga o ouvinte de pensar no contexto, o que para ele, é uma condição da audição “adequada e justa” (1996, p. 70).

O desprendimento do ouvinte pelo contexto da produção artística somado à regressão da capacidade de ouvir contribui, neste sentido, para o consumo do sucesso, do “estrelato”, ao invés da música em si, conforme aponta Adorno:

O qual (consumo do sucesso), por sua vez, não pode ser suficientemente explicado pela espontaneidade da audição, mas antes, parece comandado pelos editores, magnatas do cinema e senhores do rádio [...] o mais conhecido é o mais famoso, e tem mais sucesso. Consequentemente, gravado e ouvido sempre mais, e com isto se torna cada vez mais conhecido (1996, p. 74-75).

Em seu tempo, Adorno criticara veementemente a fetichização dos cantores. Ele explica que o argumento de que determinada canção, para ser boa, não necessitaria de uma grande voz, era quase sempre confrontado com hostilidade por aqueles que supervalorizavam a figura do cantor em detrimento da música em si. Ainda neste sentido, e mais além, de encontro com o argumento colocado por Aristóteles, Adorno estende sua crítica ao fetichismo irracional aos “grandes mestres do violino”, sobretudo relativo ao excesso de valor depositado nos instrumentos antigos, tal como o Stradivarius (1996, p. 76).

O autor argumenta também que as emoções cegas e irracionais do público em relação à música, ou ao artista em si, são um efeito do fetichismo e da regressão da audição, ao que

complementa: “a modificação da função da música atinge os próprios fundamentos da relação entre arte e sociedade” (1996, p. 79). Ao citar o termo “função da música”, Adorno não deixa claro ao que se refere, mas o contexto todo de sua escrita leva-nos a crer que, por trazer para si os argumentos de Platão, dentro de seu recorte do que considera música, tendo como exemplo apenas a música europeia e o jazz americano, o qual critica fortemente, o autor subentende que a “função” da música, neste caso, é algo singular e está atrelada à busca do sublime, do “etéreo”, do divino, do belo, etc.

Num âmbito mais empírico, Luciana Requião<sup>77</sup> faz uma longa reflexão sobre a profissão músico, principalmente no que diz respeito à fetichização dessa atividade. Em linhas gerais, trata-se de uma fantasia, uma visão distorcida do indivíduo músico pela audiência. Requião (2008) coloca uma extensa argumentação de como a ocupação permanece muitas vezes na ilegalidade e na exploração, devido à falta de regulamentação e fiscalização. Em sua análise sobre a cena musical no âmbito da Lapa, a autora exemplifica como os profissionais da música vivem um dualismo de realidades.

Esse fetichismo exacerbado por parte das audiências contribui muitas vezes para a invisibilidade das tensões e conflitos inerentes à profissão de músico. Requião exemplifica pontualmente este dado:

Nesse sentido, o momento da apresentação musical, por exemplo, tende a ser visto não como o resultado de um processo de trabalho, mas como o trabalho em si, como se para a sua execução não fosse necessário nenhum esforço laboral anterior. Essa ideia também contribui para a fetichização do artista, como um ser com capacidades extraordinárias, visão que elimina do artista suas necessidades humanas (REQUIÃO, 2008, p. 136).

#### 5.2.6 Comunidades de prática: identidade, alianças e afetos

Straw reforça que a ideia de comunidade musical “tende a centrar-se exclusivamente nas relações entre pessoas” (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 8). Também por isso é uma noção diferente de cena, que abarca a relação das pessoas com lugares e, como sugere este trabalho, também com a indústria e as temporalidades.

Para Straw, a ideia de comunidade musical está relacionada à ideia de grupo e de estabilidade das práticas ali efetuadas (STRAW, 1991, p. 373). Este termo também pressupõe uma relação íntima entre um “idioma” musical específico do grupo em questão, possivelmente

<sup>77</sup> REQUIÃO, L, P, S. “Eis aí a Lapa...”: Processos e Relações de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa. 247. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.



influenciado por uma herança histórica do local em que é executado e por uma significação afetiva em torno das práticas tradicionais, uma “emosignificação”, conforme Vergara coloca em sua reflexão sobre o espaço simbólico e expressivo (VERGARA FIGUEROA, 2013, p. 35). Pereira de Sá completa esta ideia ao frisar que uma cena, no sentido contrário às comunidades, necessita da mudança, não da estabilidade das práticas para poder se referenciar e, para isso, expõe um breve exemplo sobre a cena musical do rock brasileiro dos anos 1980, que tinha como forte característica a oposição aos valores da MPB dos anos 1960 e 70 (PEREIRA DE SÁ, 2011, 151).

O conceito de comunidades de prática foi elaborado por Wenger em 1998 e, em linhas gerais, são grupos que compartilham interesses ou uma paixão por algo que fazem” (TORRES; ARAÚJO, 2009, p. 2). O termo está intimamente relacionado à aprendizagem porque, segundo Wenger, à medida que as pessoas interagem regularmente em determinadas práticas, as aprendem melhor. Por exemplo, John Blacking acreditava que a música é um atributo fundamental da natureza humana. A partir disto, Blacking conclui que a especialização do trabalho em grandes sociedades levou à criação de “classes” de músicos especialistas profissionais e, logo “uma desmusicalização da maioria da população” (BLACKING, 1974).

Torres e Araújo explicam que, conforme a visão de Russell sobre comunidades, “encontramos este conceito expandido para ‘comunidades de prática musical’” (RUSSELL apud TORRES; ARAÚJO, 2009, p. 2), que seriam caracterizadas pela formação de grupos dedicados à troca de experiências em música (BLACKING, 1995)<sup>78</sup>. As autoras utilizam-se da Canja de Viola, um tradicional encontro semanal de violeiros que acontece em Curitiba há mais de trinta anos, para aplicar o conceito de Wenger.

Além disso, elas destacam que tais encontros, cujo propósito é o fazer musical, dão ênfase na identificação e no cultivo social e cultural entre os atores presentes no Canja de Viola. Este evento pode então ser caracterizado como comunidade, conforme Wenger, pois está baseado no que Sawaia chama de “bons encontros”, atrelado à formação de identidade dos atores envolvidos nas determinadas práticas (SAWAIA apud TORRES; ARAÚJO, 2009, p. 3). Seguindo por este raciocínio, a noção de comunidade de prática está intimamente ligada à ideia de identidade cultural e, no caso do evento citado, segundo Torres e Araújo, o fazer musical “no domínio da música sertaneja, define a identidade deste grupo” (2009, p. 13). No âmbito dos clubes musicais, ao tratar mais especificamente sobre cenas, Straw explica que ao unir consumo musical com a “atividade de dançar”, se articula o senso da identidade, corporificando-o com

---

<sup>78</sup> John Blacking, aborda os aspectos das “Experiências em música” em seu livro *Music, Culture, and experience* (1995), onde constata que: “o mundo da música é o mundo da experiência humana”.

as notáveis e diferenciadas exhibições de gosto. Da mesma forma, o clube musical serve para tornar explícito a distribuição de conhecimentos e formas de capital cultural através dos vetores de gênero, raça e classe social (STRAW, 1991, p. 380).

Música e identidade, sobretudo na Etnomusicologia, é um assunto que persiste desde os anos 1980. Timothy Rice coloca que há preocupações dentro da disciplina sobre a influência do fazer musical na formação de identidade de grupos e indivíduos (RICE, 2014, p. 71). No âmbito das identidades culturais, mais direcionado à relação com a música, Simon Frith (1996) explica que “identidade cultural” não se trata de um fenômeno fixo, mas sim, um processo de construção e desconstrução. A experiência musical, segundo Frith, é um fator que contribui na formação de identidade, que pode ser compreendida também como um “*self-in-process*”<sup>79</sup>.

Sob o mesmo raciocínio, Frith explica que a influência da música nas identidades pode ser entendida como uma troca constante, que resulta do coletivo influenciando no individual ao passo que o individual influencia o coletivo também (FRITH, 1996). Para Kathryn Woodward e Stuart Hall, o carácter de troca constante de influências entre grupo e indivíduo fortalece o argumento de que identidades culturais são fenômenos fluídos, estão sempre em transformação. Mais além, os autores completam este pensamento ao explicar que a variação de acontecimentos históricos, seus efeitos nas sociedades e o acúmulo de heranças sociais criam um ritmo constante ao processo de formação de identidade (WOODWARD, 2007).

Rice aponta que este interesse acadêmico por música e identidades reflete uma mudança da visão estruturalista para a pós-estruturalista, isto é, uma perspectiva que enxerga a música como criadora de cultura e não apenas reprodutora, como já colocado anteriormente neste mesmo subcapítulo (RICE, 2014, p. 72). Contribuindo para o argumento da fluidez das identidades, Pereira de Sá explica que também houve uma mudança acadêmica para a mentalidade “pós-moderna” ou “pós-cultural”, que é marcada pela crítica às metanarrativas da modernidade e aposta no fim de “projetos” identitários estáveis. Segundo a autora, a disposição de um indivíduo a se comprometer profundamente com movimentos musicais foi substituída por “identificações transitórias”, o que permite maiores combinações de referenciais, dado ao fato de que “a noção de autenticidade foi, definitivamente, descartada na contemporaneidade” (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 151). Além disso, Pereira de Sá reforça o carácter fluido das identidades:

Sobretudo, a crítica se dá com o avanço do pensamento e da percepção das identidades como um processo e não um fim. A noção ‘moderna’ enxerga as ‘subculturas’ e as

---

<sup>79</sup> “Ser em processo” (tradução própria).

identidades como algo engessado, que ‘é’ daquela forma. A noção ‘pós-moderna’ avança no sentido de que nada ‘é’ e sim ‘está’, dessa forma um jovem não ‘é’ punk e sim ‘está punk’ (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 150)

Neste mesmo raciocínio, conforme apontado anteriormente por Frith (1996), Torres e Araújo também expõem que há uma relação de mão dupla entre comunidades e identidades. A comunidade ajuda a construir essas identidades e as identidades, por sua vez, unem a comunidade. Pitre-Vásquez explica este fenômeno sob o viés musical, ao que coloca como elementos identitários musicais:

O ritmo, a melodia, a harmonia, a instrumentação, o andamento, o canto e a lírica [...] Estes elementos fortalecem as relações de parentesco, território, língua, comportamento nas músicas das comunidades às quais pertencem, estabelecendo vínculos identitários, além de determinar qual é a sua abrangência (PITRE-VÁSQUEZ, 2008, p.15).

Importante também ressaltar que a mesma relação de mão dupla que ocorre entre identidades e comunidades, ocorre também entre lugares e indivíduos presentes nestas comunidades.

Três elementos são fundamentais para caracterizar comunidades: (1) o domínio, que se define pelo interesse em determinada competência, a qual possui um valor dentro do grupo que a pratica e também estabelece fronteiras entre membros e não membros. Torres e Araújo citam que a paixão pelo domínio é “frequentemente uma parte profunda das suas identidades pessoais” e não tem conexão direta com a “*expertise*<sup>80</sup>” e sim com a capacidade dos atores em desempenhar as funções intrínsecas à esta determinada competência (2009, p. 5). Por exemplo, em uma roda de choro o domínio estaria atrelado à capacidade do indivíduo em executar o repertório compartilhado, tal como coloca Cláudio Fernandes (2011) e não necessariamente à sua virtuosidade individual.

O segundo elemento fundamental seria a própria (2) comunidade, a qual caracteriza-se pelo engajamento de vários atores em atividades coletivas, pelo compartilhamento de informação relevante, sobretudo pela interação em torno do domínio específico, resultando na troca de experiências, que podem tornar-se parte do processo final de aprendizagem. Conforme Torres e Araújo, a sensação de estar em uma comunidade é essencial pois é construindo relacionamentos que se estabelece uma base sólida que torna a aprendizagem e a colaboração entre os membros propícia (TORRES; ARAÚJO, 2009, p. 6).

---

<sup>80</sup> Neste contexto, pode-se entender *expertise* como sendo o fazer extremamente habilidoso de um domínio.

O terceiro elemento seria a (3) prática em si, pois o fazer do domínio é o que diferencia uma comunidade de interesses de uma comunidade de prática. O fato de os atores serem praticantes do domínio, por exemplo a música, propicia o desenvolvimento de “repertório compartilhado de recursos: histórias, ferramentas, maneiras de resolver problemas recorrentes da prática”, entre outros (2009, p. 6).

Conforme o argumento anterior apresentado pelas autoras, uma comunidade de prática se define pela ocorrência simultânea de um fazer, que reúne repertório compartilhado, atrelado a um domínio específico, onde não há a necessidade de “*expertise*”, em um grupo engajado, baseado na colaboração e na construção de relacionamentos em torno da prática em si.

Há também uma variação no tamanho em que comunidades de prática podem acontecer, desde uma dimensão local, resumida a um conjunto mínimo de atores, como a prática do *worship* em uma igreja evangélica exemplificada por Castro (2018), até a dimensão global, que seria então o conjunto de variadas igrejas que tem em comum a mesma prática, por exemplo. Não há também a necessidade destas comunidades estarem situadas fisicamente, podendo ocorrer no ciberespaço, como é o caso de jovens escritores de *fanfics*<sup>81</sup>, organizados ao redor do globo em meio virtual, conforme apresentado por Henry Jenkins (JENKINS, 2009, p. 235). Além disso, podem ocorrer dentro de uma organização ou entre organizações, podem ter orçamento direcionado às práticas ou ser completamente informais e “até mesmo invisíveis” (WENGER apud TORRES; ARAÚJO, 2009, p. 6).

No âmbito micro, as estruturas de uma comunidade de prática podem ser divididas em cinco partes de acordo com o grau de participação e pertencimento dos atores: (1) grupo nuclear, que seriam as pessoas em que “a paixão e o engajamento energizam a comunidade”; (2) adesão completa, que refere-se a membros ativamente envolvidos na comunidade; (3) agentes de participação periférica, que seriam indivíduos com menos interação e autoridade, “talvez pelo fato de serem novatos ou porque eles não têm muito compromisso”; (4) grupo de participação transacional, indica pessoas de fora da comunidade mas que interagem com ela esporadicamente; (5) grupo de acesso passivo, que não interagem mas têm acesso a produtos (físicos ou intelectuais) gerados por determinada comunidade. (KIMIECK, 2002 p. 40).

Mais além, no âmbito macro, comunidades de prática podem existir a nível global e, segundo Wenger, existem assim como “constelações”. Seriam, neste sentido, diferentes grupos espalhados pelo globo compartilhando objetivos comuns, funcionando com um viés colaborativo por meio da difusão de repertórios, conhecimentos e habilidades. Portanto os

---

<sup>81</sup> *Fan fiction* ou “*fanfic*” é um “termo que se refere, originalmente, a qualquer narração em prosa com histórias e personagens extraídos dos conteúdos dos meios de comunicação de massa (JENKINS, 2009, p. 380).

indivíduos podem, ao mesmo tempo, ser parte de mais de uma comunidade de prática (RUSSELL apud TORRES; ARAÚJO, 2009, p. 19).

Diante desta exposição conceitual fomentada em Wenger (1998), é comum o equívoco na utilização do termo “cena”, proposto por Will Straw, em detrimento de comunidades de práticas musicais, como já abordado anteriormente. Isto se dá porque “cena musical” é, conforme o próprio autor o define, um conceito extremamente deslizante (STRAW, 2006). Os exemplos colocados resumidamente nos parágrafos anteriores ilustram necessariamente comunidade de prática e não cenas – a Canja de Viola; uma roda de Choro; a prática do *worship* em igrejas; comunidades virtuais de *fanfiction*. Em linhas gerais, cena musical é usado para descrever diferentes práticas musicais que acontecem em um espaço geográfico específico. Para Straw, cena difere em vários sentidos da noção de comunidade e, segundo Janotti Junior, um desses principais fatores é o aspecto ativo das cenas musicais contra o engessamento geográfico das comunidades (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 1).

### 5.3 ESPAÇO - LOCUS

#### 5.3.1 Espaço e cena musical

Para Straw, o carácter das audiências se dá pela interação das várias instituições e locais onde aquela música é disseminada: o ambiente escolar; o dance club urbano; o formato de rádio. Esses espaços, moldados pelo seu local dentro da metrópole contemporânea e alinhados com as populações em suas respectivas representações de classe e gosto, proveem as condições e a possibilidade para que haja alianças entre estilos musicais e elos entre os mais dispersos locais geográficos (STRAW, 1991, p. 384). Herchmann, ao analisar a noção de cena coloca por Straw, afirma que o termo abrange “relações de todo o tipo que são construídas no espaço”, do microambiente local até o macroambiente global. Ele ressalta, porém, que é necessário levar em conta que “as apropriações e agenciamentos” que são produzidas em locais diversos, “podem não ser exclusivos dos atores pesquisados” (HERSCHMANN, 2013, p. 49). A isso Manoel Neto comenta sobre a diversidade musical de Curitiba (informação verbal):

[...] dentro daquilo que é visto em Curitiba, o museu (MUSIN) prova a diversidade. Eu brigo com a ABERT<sup>82</sup>, com o poder público, com a Fundação (Cultural de Curitiba), com a imprensa, eles falam o contrário e a gente prova que o que tem aqui é diversidade. Eu tenho discos de tudo quanto é gênero, de tudo quando é etnia aqui

---

<sup>82</sup> Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão

para dizer isso. [...] aí também tem uma briga política, por exemplo, por que no governo de R<sup>83</sup> teve espaço para a música paranaense nas escolas e no governo de B não tem? Por que no governo do G não tem? [...] eu acho que em determinada classe e bairros o jovem tem uma determinada preferência. [...] essa variante no meio de uma população miscigenada do Alto Boqueirão, vai te dar 70% de axé, funk e hip-hop. Isso tem a ver com o recorte de local e de redes de relação.

Pereira de Sá relembra que o conceito de cena musical é alvo de críticas porque consegue referir-se ao mesmo tempo a um bar e seus frequentadores e a um movimento de escala maior, mesmo em nível global (2011, p. 155). Straw, como já colocado anteriormente, assume esta fragilidade e reforça que para ele, cenas musicais são espaços geográficos específicos que funcionam na articulação de variadas práticas musicais. Este ponto de vista conecta com noções de território e lugar e é uma perspectiva útil para o pesquisador cartografar as sociabilidades e regiões de uma cidade, delineando de forma palpável as comunidades de gosto ao longo do espaço urbano (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 155).

Esta cartografia possibilita entender os momentos em que o contato social dos frequentadores desses lugares se concentra, gerando identidades de grupo a partir de objetivos comuns (PEREIRA DE SÁ, 2011). Herschmann coloca que este é o primeiro ponto principal nos estudos sobre cena musical, “a ênfase das pesquisas era nos vínculos sociais entre atores (identidades, sociabilidades, etc.) e nos processos de produção, circulação e consumo da música” (HERSCHMANN, 2013, p. 50). Em seguida, o autor explica que há um segundo ponto de importância nos estudos sobre cenas musicais, a dimensão espacial, ao que comenta: “é central (a dimensão espacial) para a organização do trabalho científico, pois se tem partido da premissa de que a música [...] é um recurso capaz de ressignificar em algum grau os territórios” (HERSCHMANN, 2013, p. 50). Mais além, a noção espacial das comunidades amplifica a multiplicidade de atividades e a mobilidade dos grupos, cujo movimento reorganiza locais dentro da cidade. Em entrevista para o professor Janotti Junior, Will Straw relembra que “[...] a questão da relação entre música e lugar resultou no amplo reconhecimento de que se trata de algo variado e complexo” (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 2).

Pereira de Sá levanta a relação das cenas com o conceito de Certau de “espaços praticados”, que são aqueles espaços da cidade apropriados para a realização de alguma prática, criando circuitos caracterizados pelos rastros dos indivíduos, o que deixa evidente “a efervescência da cidade enquanto espaços sociais vívidos e produtivos” (2011, p. 156). Então, conforme a autora, as cenas são marcadas pelos espaços que ocupam. Por outro lado, ela

---

<sup>83</sup> Os nomes de governantes foram ocultados com a devida autorização do entrevistado para evitar retaliações judiciais.

relembra que o termo cena musical também é útil no debate sobre a “perda da relação natural” da cultura com os territórios geográficos e sociais, o que é chamado por Canclini de “desterritorialização” (2008, p. 309).

No sentido contrário da desterritorialização, cena musical também pode ser utilizado no entendimento da “reterritorialização”, que são “relocalizações territoriais relativas, parciais, das velhas e novas produções simbólicas” (CANCLINI, 2008, p. 309). Por trás desses espaços há uma lógica de articulação que leva em conta fatores macroeconômicos e políticos que circunscrevem os agentes da cena.

A manifestações musicais tentam se escoar de um jeito ou de outro. Esses espaços são criados mesmo que contra a ordem vigente e as imposições do poder público e, a partir daí, criam-se inúmeras tensões entre os agentes. Pereira de Sá exemplifica com o caso das *raves* londrinas, que eram grandes festas de música eletrônica e aconteciam em galpões e fábricas abandonadas nos arredores da cidade, pois além do terreno de Londres já estar amplamente ocupado, havia também impedimentos jurídicos para a realização de eventos de tamanha proporção, então para que estas festas pudessem ocorrer, alternativas foram criadas pelos seus agentes (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 156).

### 5.3.2 Circuitos e cenas

Muito se ouve falar tanto em âmbito acadêmico, quanto na vivência dos espaços musicais da cidade sobre termos como circuito e cena musical. Como já visto anteriormente, tanto por Straw, Pereira de Sá e Janotti Junior, como também na presente revisão de seus trabalhos em contextualização com o objeto desta pesquisa, muitos termos são empregados na academia com uma conotação diferente da utilizada por indivíduos agentes na cena, mesmo os profissionais, músicos, produtores, jornalistas, entre outros. É o caso, por exemplo, de cena musical, que como já explicado e discutido anteriormente, há um significado deslizando mesmo em meio aos professores da área e um uso também diferente por profissionais que, no caso de Curitiba, referiam-se ao termo em alusão a movimentos, subculturas, tribos, identidades, o que não condiz com a proposta inicial de Straw, a qual referia-se por cena, resumidamente, como sendo a relação das práticas musicais vividas em determinado recorte geográfico (STRAW, 2006, p. 7).

Segundo Micael Herschmann, nos trabalhos iniciais de Straw, na década de 1990, já estava presente a ideia de cena musical como sendo um “espaço cultural” (HERSCHMANN, 2013, p. 44). O autor também comenta que no início do século XXI fez uma tentativa de



aproximação do conceito de cena com o termo “circuito” e “cadeias produtivas”, porém, conforme ele, o conceito de cadeias produtivas “engessava boa parte dos casos analisados” (2013, p. 45). Por sua vez, o termo circuito, assim como o conceito de cena, sugere “relações mais fluidas”, caracterizado por uma dia-dia informal em que o papel principal se dá pelos agentes humanos da cena, em seus gostos, afetos e alianças. Para o autor, estes são mais importantes do que os contratos e a formalidade em relação a sustentabilidade de uma cena musical.

Apesar da proximidade de significados entre cena e circuito, há ainda uma diferenciação. Herschmann explica que “as cenas seriam mais instáveis e nelas seria possível atestar um maior protagonismo dos atores sociais. As cenas dependeriam de gostos, prazeres e afetividades construídas entre os atores” (HERSCHMANN, 2010, p. 23). Os circuitos culturais, por sua vez, são menos fluidos que a cena, haveria, segundo o autor, “níveis de institucionalidade”, sendo possível a presença de circuitos “territorializados” (2010, p. 24).

Micael Herschmann, ao tratar da espacialidade tanto de cenas como de circuitos, ressalta a existência de ambiguidades, de dificuldade de delineamento mais preciso dessa relação entre o espaço e estes conceitos apresentados. Apesar disso, “tem sido possível atestar nas pesquisas, que há circuitos que se desenvolvem no âmbito local, nacional ou mesmo global”. O autor coloca que, na época em que escreveu seu texto, em 2013, havia uma tendência da academia a dar mais importância às categorias espaciais em detrimento das temporais, mesmo que uma não possa se separar da outra. Herschmann aponta assim a emergência de uma noção voltada à “geografia cultural” decorrente da relevância dada aos mapeamentos elaborados nos trabalhos a partir da década de 10 do séc. XXI (2013, p. 46).

O termo circuito, assim como cena, é empregado para repensar a espacialidade que é construída no universo da música (HERSCHMANN, 2013, p. 48). É utilizado para reforçar a ideia de “rastros”, como consequência de sua existência na cidade, tornando o espaço urbano um terreno vivo, que interfere na sociabilidade dos sujeitos (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 157). Por fim, conclui-se que estes “rastros” são uma projeção da movimentação de pessoas entre os espaços em que a música está alocada. Pensar num circuito a partir de seus rastros é um exercício imaginativo de como seria a sobreposição temporal de indivíduos ocupando estes lugares físicos na cidade. Então, entende-se por circuitos os caminhos percorridos por agentes da cena no exercício de suas respectivas funções dentro do cenário musical, isto é, o vai e vem entre um local e outro e, de forma implícita, as relações, sejam afetos, alianças, gostos, entre outras estimuladas por esse movimento.

### 5.3.3 Espaço, território, lugar e não-lugar

Vergara propõe inicialmente uma diferenciação entre o conceito de espaço, território e lugar. Espaço seria a “matéria-prima” para as categorias seguintes; território é o espaço que foi “recortado”, praticado e significado. O processo de significação e ressignificação do espaço, a fim de ser percebido como território é denominado “territorialidade”; lugar, é colocado por Vergara como uma categoria antropológica, seria um espaço limitado, porém com a determinante principal sendo a “escala corporal humana” (VERGARA FIGUEROA, 2013, p. 19).

Há uma relação de duplo sentido entre indivíduos e o espaço que ocupam. Da mesma forma que o espaço é modificado “física e/ou simbolicamente” pelas pessoas presentes nele, tornando-se lugares, estes mesmos indivíduos são afetados pelas próprias significações, pois o lugar “nos indica o que nos é permitido – ou proíbe – fazer, que papeis e que personagens podemos desempenhar dentro dele como expressão de relações sociais”<sup>84</sup> (VERGARA FIGUEROA, 2013, p. 20). Através desta linha de pensamento, Straw complementa que cenas musicais são um “espaço de sensações e encontros teatrais” (STRAW, 2006, p. 8, tradução nossa). Essas relações de duplo sentido podem acontecer de múltiplas maneiras, “em diferentes escalas, nas representações e nos imaginários” por meio de três níveis propostos: dispositivo, sistêmico e simbólico-cosmológico.

O nível dispositivo colocado por Abilio Vergara é um “conjunto de esquemas sensoriais e perceptivos incorporados”, são “fatos corporais” que permitem o indivíduo se localizar, interpretar o lugar ao seu redor, “definindo distâncias sensorialmente”. Esta relação de nível dispositivo é totalmente estabelecida pela capacidade humana de perceber o espaço através de noções como “em baixo e em cima, direita e esquerda, à frente e atrás, horizontal e vertical, dentro e fora”, etc. Então trata-se de um nível físico-corporal de interação com o espaço (VERGARA FIGUEROA, 2013, p. 20). Straw comenta sobre esta relação de nível dispositivo em cenas musicais, exemplificando como acontecem e dois níveis, tanto o indivíduo sendo afetado pelo espaço, quanto o espaço sendo afetado pelos indivíduos:

Quando mensagens publicitárias são duas vezes o tamanho das pessoas que as observam, ou quando uma dúzia de conversas lutam contra uma guitarra amplificada, o status da sociabilidade é alterado. Essas proporções são parte da dificuldade em se

---

<sup>84</sup> “Nos indica, qué se nos permite – o prohíbe – hacer, qué papeles y qué personajes podemos realizar dentro de él (lugar) como expresión de relaciones sociales”.

analisar cenas, em determinar quais elementos compõem o primeiro plano e quais o pano de fundo<sup>85</sup> (STRAW, 2006, p. 4, tradução nossa).

O segundo nível dessas relações de duplo sentido no espaço é definido por Vergara como “espaço sistêmico”. Seriam então as representações mentais ou gráficas, ou ainda digitais, que permitem o indivíduo se orientar na dimensão física dos lugares, como mapas, GPS<sup>86</sup>, escalas, guias turísticos, rotas e demais informações. O nível sistêmico permite uma noção em maior escala sobre estar em um local e as possíveis conexões deste ambiente com outros territórios e lugares “articulando-os, configurando um contexto e uma perspectiva maior para nossas localizações e deslocamentos, a partir da percepção e imaginação das distâncias”<sup>87</sup> (VERGARA FIGUEROA, 2013, p. 20).

Este nível faz uma aproximação entre a noção de macroambiente e microambiente através do uso de escalas, é possível então ao indivíduo se situar com a extensão da totalidade, desde nível local ou regional, até o global. Vergara adiciona também a variável tempo neste nível: “distâncias podem também medir-se em termos de tempo ou duração de viagem”<sup>88</sup> (2013, p. 21). Tal como coloca Will Straw, essa percepção, macro e micro da vida urbana, torna possível mapear as “regiões sociais” da cidade e suas conexões e, a partir da ideia do nível sistêmico de relações de duplo sentido entre indivíduo e espaço, verifica-se a relevância da representação cartográfica dos territórios que as cenas musicais compõem (STRAW, 2006, p. 8). É por isso que no decorrer deste trabalho é apresentado alguns mapas de Curitiba e suas regiões.

O terceiro nível colocado por Vergara é chamado “espaço simbólico e expressivo”. Nesta relação entre indivíduo e espaço, tem-se o lugar como componente participativo na construção de identidade, na sensação de pertencimento, na “estabilidade existencial do indivíduo ao situá-lo em uma ordem fundamental baseada em sua localização no lugar”<sup>89</sup>. Neste nível a relação é “emotiva, expressiva e simbólica”, liga o espaço ao “ser” do indivíduo, a sua identidade, que “pode simbolizar imaginariamente a origem e o projeto desde onde se vive e imagina sua comunidade”. Este nível permeia o espaço físico e seus objetos, atingindo também

---

<sup>85</sup> “When advertising messages are twice the size of the people observing them, or when a dozen conversations struggle against an amplified guitar, the status of sociality is altered. These ratios are part of the difficulty in analysing scenes, in determining which elements make up their foreground and backdrop”

<sup>86</sup> Global Positioning System (Sistema de posicionamento global).

<sup>87</sup> “Articulándolos, configurando un contexto y una perspectiva mayor para nuestros emplazamientos y desplazamientos, a partir de la percepción e imaginación de las distancias”

<sup>88</sup> “distancias pueden también medirse em términos de tempo o duración de viaje”

<sup>89</sup> “estabilidad existencial al individuo al situarlo em um orden fundamental basado em su ubicación em el lugar”

os movimentos, hábitos, princípios e valores, rituais, crenças e cerimônias (2013, p. 21, tradução nossa).

Como este estudo possui um recorte temporal atual, época em que se fazem evidentes os efeitos da globalização e de fluxos intermináveis de informação por meio da acessibilidade ao ciberespaço, é preciso contextualizar os efeitos da modernidade no espaço físico das cidades. Augé traça seu raciocínio levando em conta que uma desses efeitos é o reforço da cultura individualista e que este paradigma se constrói, entre outros fatores, sobre uma organização do espaço segundo uma lógica relativista da modernidade: “a superabundância de acontecimentos no presente, [...] que resultam numa subversão radical dos modos prevalecentes da interpretação histórica”. Do mesmo modo, subverte-se consciências e imaginários (individuais e coletivos) na interpretação dos territórios. Mais além, também “a espetacular aceleração dos meios de transporte conduz concretamente em modificações físicas consideráveis: concentrações urbanas, movimentação de populações e a multiplicação” do que chama de “não-lugares” (AUGÉ, 2008, p. 40).

Pensando na diferenciação entre os termos, Augé estabelece uma definição de lugar que, além de complementar à noção de Vergara, contribui para um melhor entendimento do que são não-lugares. Em linhas gerais lugar está “associado por Mauss e toda uma tradição etnológica, como o de cultura localizada no tempo e no espaço”<sup>90</sup> (AUGÉ, 2008, p. 40-41). Neste sentido, Marc Augé introduz o conceito de não-lugar, que se refere a lugares transitórios, em que indivíduos estão só de passagem, diferem-se de lugares por não haver uma cultura própria localizada (VERGARA FIGUEROA, 2013, p. 29). Não-lugares são aqueles que tem a função de alocar indivíduos passageiros, o supermercado, o banco, o aeroporto, redes internacionais de *fast-food* com filiais semelhantes tanto no Brasil quanto na China, por exemplo, entre outros.

Há um consenso no entendimento de um forte envolvimento das cenas musicais com o local em que se situam, por isso faz-se necessário a compreensão sistemática deste espaço, como sugere Vergara, pelo reconhecimento de níveis categóricos de relação entre indivíduos e espaço: dispositivo; sistêmico; simbólico e expressivo. Conclui-se também que, “neste sentido, os lugares referem-se às práticas que ali se realizam, e também a questões de ordem imaginária” (VERGARA FIGUEROA, 2013, p. 26). A definição de lugar, segundo Vergara é, por fim, um espaço demarcado física ou simbolicamente, que “contém determinada singularidade

---

<sup>90</sup> “[...] asociado por Mauss y toda una tradición etnológica con el de cultura localizada en el tiempo y en el espacio”.

emosignificativa<sup>91</sup> e expressiva. Se refere ao espaço onde as práticas humanas constroem o laço social”, alianças e afetos. O lugar possui uma linguagem específica, é estruturado por hierarquias variáveis e também é ativo na construção de identidades (2013, p. 35). Por estas razões, entender espaço, território, lugar e não-lugar é fundamental no estudo de cenas musicais.

#### 5.3.4 Territorialidades

Herschmann explica que em 2013 estava utilizando-se muito o termo “territorialidades sônico-musicais”, que conecta os aspectos espaciais aos objetos de estudo que, frequentemente, têm uma relação direta com a música. O autor cita outras noções já estabelecidas com o mesmo viés, tais como “mapa noturno” de Jesus Martín-Barbero, “paisagens sonoras” de Raymond Murray Schafer e “desterritorializações e reterritorializações” de Deleuze e Guattari (2013, p. 50). Neste sentido, se busca compreender “a dinâmica dos grupamentos sociais [...] que giram em torno de gêneros musicais, os quais vêm ressignificando [...] os espaços, especialmente das cidades contemporâneas”. Então, a partir deste raciocínio, pode-se afirmar que os agentes numa cena musical “vêm construindo territorialidades, espacialidades que afetam o ritmo e o cotidiano das cidades em diferentes localidades, tais como: ruas, praças, galerias, praias, jardins, etc.” (HERSCHMANN, 2013, p. 50). Mazer destaca que “é na territorialidade como espaço de exploração metodológica que se encontra a chave de leitura para a agrupação em torno da música” (MAZER, 2017, p. 5)

As territorialidades “remetem a processos de subjetivações dos atores que constroem referenciais que não são fixos”, ou seja, o significado atrelado a determinado lugar por aqueles que o frequentam com o viés do entretenimento musical está frequentemente mudando. A isso também se estende o raciocínio de que “a sociedade contemporânea de caracteriza pela circulação, por intensos fluxos, pelo seu nomadismo”. Assim, a noção de territorialidade é como um “palimpsesto”, ou ainda uma “multiterritorialidade”, pois constroem vários significados através da incessante interação social. Isso pode ser exemplificado, como coloca o professor Micael Herschmann, pela noção relativa de centro e periferia. Ao trazer essas noções para fora do contexto da geografia, relacionando-as aos estudos socioculturais, uma mesma cena, ou mesmo uma territorialidade sônico-musical, pode ser periférica sob uma perspectiva, porém central por outra (HERSCHMANN, 2013, p. 51).

---

<sup>91</sup> Segundo Vergara, “emosignificação” refere-se à fusão de significado e emoção (VERGARA FIGUEROA, 2013, p. 35).

É o caso, por exemplo, do funk carioca, que possui uma relação de periferia com a cidade, mas ao ser trazido para um âmbito de ampla exposição midiática, onde tem-se grande adesão por parte das audiências, o mesmo gênero torna-se central. O mesmo raciocínio é possível ser aplicado à música sertaneja que, há pouco mais de vinte anos ainda era majoritariamente relacionada a uma noção pejorativa do caipira, um personagem periférico, porém atualmente, através de uma “readequação” do estilo e ressignificação por efeito do consumo por um público em sua maioria universitário, é um dos principais gêneros a movimentar o mercado de música nacional, o que traz uma conotação de centro a este estilo. Herschmann aponta essa necessidade em “dar conta dos intensos fluxos da sociedade contemporânea” e que é preciso também o pesquisador se propor a trabalhar com termos mais abstratos, tal como “territorialidade”, pois só assim será possível compreender em profundidade o nomadismo presente na modernidade (2013, p. 51). A relevância em compreender estes processos pode ser exemplificada como apontado pelo autor:

Nestas territorialidades se ‘compartilha uma intensa experiência sensível e estética’ [...] e se constroem identidades e sociabilidades que gravitam em torno da música e modificam o ritmo e o cotidiano urbano: seja no plano físico (com resultados significativos culturais, econômicos e sociais) ou do imaginário urbano (HERSCHMANN, 2013, p. 52).

Um agravante que vem interferindo a vida social e sua relação com o espaço, bem como a ““equação espaço-tempo”” é colocado por Herschmann como o “intenso emprego das novas tecnologias”, sobretudo as plataformas de redes sociais digitais, mas o autor chama a atenção para o fato de que as relações presenciais, no espaço, são ainda de importância maior. O fato de as relações interpessoais mediadas por gostos musicais e práticas comuns atreladas à música estar “adquirindo visibilidade nas praças, jardins e ‘ruas-galerias’”, também chama a atenção para a relação destas sociabilidades com a geografia e a arquitetura e, reafirmam a ideia de que “estes elementos articulados à música constroem uma ‘paisagem sonora’ atraente, capaz de mobilizar segmentos sociais significativos e que vêm proporcionando uma série de benefícios diretos e indiretos aos atores locais” (2013, p. 53). De modo geral, entende-se que estas atribuições de significado são fluidas, impermanentes, o que é decorrente de uma condição natural da sociedade moderna.

### 5.3.5 Cena musical e ciberespaço

Embora o trabalho de Straw seja a principal referência sobre o conceito de cena musical e suas implicações, algumas lacunas não são preenchidas por suas reflexões. Pereira de Sá aponta duas dimensões não abordadas por Straw: (a) a apropriação pelas cenas das redes imateriais da cibercultura. Sites, blogs, listas e redes sociais, que desempenham fortemente o papel de construção de comunidades de gosto – a relação com o ciberespaço; (b) a dimensão midiática, em que cenas são marcadas consideravelmente, pois “nas cenas há sempre uma relação de oposição ou adesão com as mídias” – mídias *on-line* e *off-line*, o que embora claramente exerça um papel significativo nas cidades, refere-se mais à relação das cenas com indústria e tecnologia do que com espaço, por isso não será abordado nesta seção (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 156-157).

O ciberespaço é um meio de comunicação que surge da interconexão da rede mundial de computadores. A cibercultura, por sua vez, é o conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LEVÝ, 2014, p. 17). Em linhas gerais, a apropriação das cenas musicais pelos ambientes criados dentro do ciberespaço dá origem às cenas musicais virtuais. Então há, neste sentido uma relação próxima entre a cibercultura e o estudo de cenas musicais.

O ciberespaço começou a se vislumbrar com os primeiros computadores, que tiveram origem a partir de 1945 na Inglaterra e nos Estados Unidos e eram reservados ao uso militar, sendo liberados ao uso civil apenas nos anos 1960, porém não havia quase nenhuma noção de que a virtualização da informação iria afetar tão significativamente a vida social, o que só foi percebido a partir dos anos 1970, com a comercialização de microcomputadores pessoais. Durante os anos 1980 a informática “começou a perder seu status de técnica e de setor industrial [...] para fundir-se com as telecomunicações, a editoração” e o entretenimento, em geral – “a digitalização penetrou primeiro na gravação de músicas” (LEVÝ, 2014, p. 32). Conforme Levý aponta, “desde então, a busca sistemática de ganhos de produtividade por meio de várias formas de uso de aparelhos eletrônicos, [...] aos poucos foi tomando conta do conjunto das atividades econômicas”, o que ainda persiste atualmente (2014, p. 31).

Entre o final dos anos 1980 e início dos anos 1990, houve um movimento espontâneo de dimensão global, iniciado nas grandes metrópoles e campi americanos, que se consistiu a partir da união de diferentes redes que já estavam consolidadas desde o final dos anos 1970. Assim, o número de computadores conectados a esta “inter-rede” começou a crescer em número exponencial. As tecnologias digitais surgiram então, como a infraestrutura do ciberespaço –



“um novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento” (2014, p. 32).

A partir daí surgiu o que é tido hoje, publicamente, como ciberespaço. Embora o termo tenha sido cunhado por William Gibson em seu romance *Neuromancer*, de 1984, Levý o define como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores” (LEVÝ, 2014, p. 94). Levý não restringe o ciberespaço apenas aos computadores pessoais e à internet, estendendo também a noção para “o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos [...] na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais, ou destinadas à digitalização” (2014, p. 95), então, para o autor a característica principal do ciberespaço é a digitalização e não a rede mundial de computadores em si.

Como já discorrido de forma ampla anteriormente sobre os textos de Will Straw e os professores Jeder Janotti Junior, Simone Pereira de Sá e Micael Herschmann, há uma relação íntima entre cenas musicais e o lugar que elas ocupam. Pierre Levý, em *Cibercultura*, coloca algumas questões que, segundo o autor, dizem respeito principalmente aos cidadãos e que cujo entendimento e reflexão são cruciais para esta época em que vivemos – marcada fortemente pela interação com plataformas digitais e pelo oceano interminável de informação, que tende a crescer exponencialmente (LEVÝ, 2014, p. 189). Por fim, Levý questiona: “como o desenvolvimento do ciberespaço afeta o urbano e a organização dos territórios”?

Segundo o autor, “as maiores densidades de acesso ao ciberespaço e de uso das tecnologias digitais coincidem com os principais núcleos mundiais de pesquisa científica, de atividade econômica e de transações financeiras”, logo, também com os principais núcleos culturais, artísticos e de práticas musicais – isso inclui as cenas. Segundo esta lógica, o ciberespaço dificilmente terá como efeito a inversão no adensamento e na consolidação das grandes metrópoles e suas influências. Pelo contrário, um dos efeitos do crescimento do ciberespaço é justamente o aumento do “controle estratégico em centros de poder tradicionais sobre as redes tecnológicas, econômicas e humanas cada vez mais vastas e dispersas (2014, p. 189).

Levý agrupa as relações entre cidade e ciberespaço em quatro principais categorias, as quais discorre vastamente: (a) analogias entre comunidades territoriais e virtuais; (b) raciocínios de substituição da cidade clássica pelos recursos técnicos do ciberespaço; (c) a assimilação do ciberespaço a um equipamento urbano clássico; (d) articulações entre funcionamento urbano e novas formas de inteligência coletiva que se desenvolvem no ciberespaço (LEVÝ, 2014, p. 190-191).

A primeira categoria, refere-se a duplicações sistemáticas de territórios institucionais no virtual. O autor critica a virtualização de museus, jornais locais, escolas, da administração municipal, por exemplo. Segundo Levý, seria mais pertinente encorajar a atualização desses espaços por seus usuários, no caso, o que chama de inteligência coletiva. Para Levý, o que deveria ser colocado em questão no ciberespaço é “própria estrutura da comunicação midiática”, onde poucos emitem para muitos.

Para ele é essencial a descentralização da informação para que o ciberespaço ofereça alguma relevância, ao que comenta: “a duplicação das formas institucionais habituais no ciberespaço e o “acesso de todos” a esse reflexo não podem se tornar uma política geral das relações entre o ciberespaço e o território”. Contudo, o autor defende a existências dessas duplicações como formas transitórias, visando formas de atenuação na separação entre “administradores e administrados, professores e alunos, organizadores e visitantes, autores e leitores, etc” (2014, p. 192-193).

A segunda categoria refere-se ao paradigma da substituição da obrigatoriedade da presença física nos locais para se fazer parte deles. Segundo esta lógica “os novos instrumentos de trabalho cooperativo *on-line* permitem a participação na vida econômica internacional a partir de sua própria casa ou de centros locais” (2014, p. 193). Os benefícios de tal prática seriam, por exemplo: “desafogamento dos centros urbanos, melhoria na circulação de automóveis, redução da poluição, melhor distribuição da população nos territórios”, uma vez que o deslocamento geográfico não é mais uma condicionante e assim, se perderia a necessidade das pessoas se agruparem em centros, entre outros.

Levý também coloca que, por meio de uma ampla diminuição de custos, haveria um aumento na “qualidade de vida” das pessoas ao utilizarem-se dessa substituição. Esta categoria teria forte impacto na educação, por exemplo. Na criação de “teleuniversidades”, o que atualmente conhecemos por EAD<sup>92</sup> e que, espacialmente no meio musical, é uma alternativa sem precedentes no barateamento de ensino de instrumentos e na difusão de conteúdos antes reclusos à condicionante do espaço físico<sup>93</sup>. A substituição é a categoria que permite também pessoas de diferentes partes do mundo se reunirem em teleconferências<sup>94</sup>, ou mesmo

---

<sup>92</sup> EAD significa “ensino a distância”. Vale lembrar que o texto original de Levý, embora de conteúdo filosófico ainda muito atual, data de 1999 e que na época muitas coisas que atualmente, 2019, são comuns, eram apenas ideias sendo vislumbradas.

<sup>93</sup> A *Hotmart*, por exemplo, é uma plataforma completa para hospedar e vender cursos online. Há inúmeros cursos com professores de música altamente renomados disponíveis pela *Hotmart* a preço extremamente reduzido.

<sup>94</sup> O *Skype* e o *Zoom* são duas ferramentas bem conhecidas deste quesito, por exemplo.

transmitirem em tempo real, via tecnologias de transmissão móvel, por meio de telefones celulares, imagem e vídeo de seu cotidiano<sup>95</sup>.

Apesar do exposto anteriormente, a substituição cria o seguinte paradoxo. Ao baratear a comunicação e tornar desnecessário o tráfego físico das pessoas, melhorando a qualidade de vida das pessoas pela redução de custos de transporte e também da necessidade de residência em centros, o que normalmente é caro, a substituição também incentiva que as pessoas se comuniquem mais. O paradoxo acontece porque, conforme Levý aponta, quanto mais as pessoas se comunicam, mais elas se deslocam no espaço físico (LEVÝ, 2014, p. 193). Então, segundo esta lógica, “longe de estabelecer os equilíbrios entre zonas geográficas, o uso crescente do ciberespaço pode acentuar ainda mais as disparidades regionais (2014, p. 194).

A terceira categoria elencada por Levý é a assimilação. Se refere à comparação entre “redes de comunicação interativa aos tipos de infraestrutura que já organiza e urbaniza o território”, tal como vias férreas, autoestradas, etc. O autor critica veementemente a expressão “autoestrada da informação” por deixar a entender que o sistema ainda não está construído, dado ao fato de já estar sendo usado nos anos 1980 e também aponta que esta visão tira o foco de real importância no debate, que é o âmbito social, cultural e político e não a infraestrutura física da comunicação.

Levý completa a ideia ao citar que “os suportes técnicos não tem importância a não ser na medida em que eles condicionam as práticas de comunicação” (LEVÝ, 2014, p. 197). O autor defende o uso do termo ciberespaço e detrimento de “autoestrada da informação” porque, segundo ele, o ponto fundamental é a forma de se usar a infraestrutura, de explorar os recursos por meio de uma “inventividade distribuída e incessante que é indissociavelmente social e técnica” (2014, p. 198).

Para Levý o principal a se levar em conta para evitar a falácia da assimilação, é a inteligência coletiva, que conforme ele, “já está amplamente em prática”. O autor termina sua reflexão sobre essa categoria explicando que “a relação entre o ciberespaço e a cidade, entre a inteligência coletiva e o território, atrai em primeiro lugar a imaginação política” (2014, p. 199). A isto sugere-se uma atenção especial, pois os efeitos desta dimensão política, atrelado às possibilidades de discursos emergentes no ciberespaço, impulsionam uma hipótese de que

---

<sup>95</sup> O *Facebook* lançou em 2015 a ferramenta “*Facebook Mentions*”, que na época foi liberada com exclusividade para proprietários de páginas com grande número de seguidores. A partir do ano seguinte, em 2016, a ferramenta foi incorporada à plataforma e qualquer usuário pode fazer uma transmissão ao vivo por imagem de vídeo e áudio, desde que esteja conectado a alguma rede por meio de tecnologia móvel. É muito comum essas transmissões por usuários presentes fisicamente em apresentações musicais, não só na cena de Curitiba, mas no mundo inteiro.

podem interferir consideravelmente nas significações acerca de cenas musicais, físicas e virtuais.

Por fim Levý discorre sobre a quarta e última categoria de relação entre o ciberespaço e as cidades – a articulação. Para ele, “a diferença entre os dois espaços, não se deve apenas a propriedades físicas [...] são qualidades de processos sociais que se opõem” (2014, p. 199). Assim, as práticas dentro do ciberespaço privilegiam “modos transversais” de comunicação, isto é, sem seguir a ordem hierárquica que as instituições territoriais impõem. A isto, Levý chama de “democracia eletrônica” e explica que o termo se refere à colaboração coletiva para a solução cooperativa de problemas na cidade.

Um dos pontos principais característicos da articulação é a compensação da “lentidão” e rigidez presentes nas instituições territoriais, visto que, no ciberespaço a informação é alterada em tempo real. Isto seria, então, uma competência da inteligência coletiva e, entre outras possibilidades, Levý destaca: uma “representação dinâmica dos recursos e fluxos de todas as ordens”; “locais virtuais de encontros entre ofertas e competências”; “painéis de controle”; “maior controle de sistemas de transporte e de comunicação baseado no *feedback* em tempo real do conjunto de usuários”; “sistemas de avaliação dos equipamentos e dos serviços pelos usuários”<sup>96</sup> (2014, p. 200). O autor reforça que “esse projeto do ciberespaço em proveito da inteligência coletiva visa tornar [...] os grupos humanos conscientes daquilo que fazem em conjunto” e, por isso, proporcionar a esses grupos a capacidade de resolver problemas comuns na vida urbana.

#### 5.4 TEMPO – HUMANAMENTE [DES]ORGANIZADO

Ao discorrer sobre cenas musicais, é mais frequente a atribuição do termo a questões relacionando indivíduos e comunidades aos espaços que ocupam socialmente, por a afirmação de Straw de que a ideia de cadeia produtiva por si só não dá conta de explicar o conceito. No entanto, como proposta metodológica de análise do conceito cena musical deste trabalho, sugere-se a inserção da terceira esfera, que está relacionada aos aspectos das temporalidades contingentes. Segundo a visão de Zygmunt Bauman (2001), a noção do tempo na modernidade é afetada pela constante e incerta mudança proporcionada pela indústria e avanço das

---

<sup>96</sup> Lembrando que o texto original data de 1999, reforço que atualmente, em 2019, a maioria das plataformas já oferecem ou já possuem estas funcionalidades incorporadas. Creio que o leitor contemporâneo já está familiarizado com sistemas de avaliação de aplicativos, comentários em perfis de instituições e veículos de comunicação, grupos de compra e venda e oferta de empregos em redes sociais digitais, portais de transparência, entre outros exemplos.

tecnologias na vivência dos indivíduos e, por consequência, nas cenas musicais. Isso se reflete no que Canclini denomina por “heterogeneidade multitemporal”, que é consequência da simultaneidade em que o antigo e o novo coexistem no mesmo tempo e espaço (CANCLINI, 2008, p. 74), como já abordado anteriormente em relação a escolha de repertório na cena roqueira de Curitiba por ser um mix de *hits* de várias décadas, por exemplo.

#### 5.4.1 Cadeia produtiva da economia da música

O presente subcapítulo buscará tratar a relação entre agentes na cena musical com a passagem do tempo, sobretudo com as mudanças tecnológicas que interferem na participação, na produção e na distribuição de bens culturais. Para tal, é necessário entender o conceito de cadeia produtiva da economia da música. Segundo Prestes Filho, o conceito se refere a “uma noção que pressupõe, para a elaboração de um produto final, o sequenciamento de diversas fases de um processo produtivo” (2004, p. 29).

No caso da economia da música em si, a cadeia produtiva é um complexo híbrido entre atividades industriais e serviços especializados que se relacionam de forma independente. Conforme Prestes Filho, as atividades que a compõem são:

Indústria fonográfica; tecnologia digital; produção ilegal (pirataria); direitos autorais; políticas públicas; radiodifusão e mídia impressa; espetáculos e shows; indústria de instrumentos musicais; indústria de equipamentos; formação acadêmica; formação técnica e empresarial; formação de plateias (PRESTES FILHO, 2004, p. 29).

Esses processos são divididos em cinco grandes conjuntos: pré-produção, produção, distribuição, comercialização e consumo. A pré-produção representa a base da cadeia, desde a matéria-prima para a confecção de itens musicais, até a formação de músicos em vários níveis e também envolve a formação de plateia; o segundo elo é a produção, que envolve agentes institucionais, agentes governamentais, selos e gravadoras, produção multimídia, estúdios, finalização técnica do produto, prensagem de mídia física, *upload* de mídia digital; o terceiro, trata-se da distribuição, o *marketing* propriamente dito, a publicidade, a logística de troca; o quarto elo é comercialização, que compreende a venda do produto final por meio de veículos de comunicação de radiodifusão, digitais, mídia impressa, entre outros; o quinto elo é o consumo do produto final, que se dá privadamente em ambiente doméstico, ou em execuções públicas, sendo nesse último caso sujeito à cobrança de impostos (PRESTES FILHO, 2004, p. 30-31).

#### 5.4.2 Relação indivíduo e indústria: autoral e *cover*, independentes e alternativos

A noção que envolve as práticas comerciais de bens culturais é denominada “indústria cultural” e tem sua origem nas reflexões de Adorno e Horkheimer, da escola de Frankfurt. O termo “indústria fonográfica” foi assim colocado para designar as práticas comerciais que envolvem a produção e distribuição de fonogramas, principalmente a música (SUBTIL, 2008). Na seção anterior, em que foi citada as reflexões de Adorno, o foco estava direcionado para os efeitos da indústria nos indivíduos e na audição. Na presente seção, o foco será com um viés mais analítico sobre o funcionamento das conjunturas que dominam a indústria fonográfica, principalmente no Brasil.

Antes de apresentar uma breve contextualização da indústria fonográfica brasileira, é preciso definir alguns conceitos: música autoral; música alternativa; música independente. Por música autoral, entende-se aquela que é executada pelo próprio artista que a compõe, diferente do repertório *cover*, normalmente atribuído a bandas tributo. Por exemplo, em Curitiba, durante a década de 1990 e início 2000, havia bastante conflito por espaço e reconhecimento entre grupos musicais *cover* e autoral, o que moldava a atuação dos grupos musicais da cidade:

Tal divisão gera um debate intenso principalmente ao se comparar a fatia de mercado, ou *market share*<sup>97</sup>, de cada uma destas sessões, visto que havia a notável preferência do circuito de entretenimento curitibano pelos artistas *cover*. (MACAN, 2017, p. 7).

Neste trabalho, tanto a performance *cover* quanto a autoral estão no mesmo conjunto, isto é, sob a condição de música independente. Por música independente entende-se aquela produzida por artistas que não estão submetidos à subordinação com as grandes gravadoras, comumente chamadas por *majors*. É possível, no entanto que existam artistas tanto *cover* quanto autoral vinculados a essas corporações, que era o caso da cantora Cássia Eller e do cantor Cazuza, por exemplo. A primeira foi uma artista e intérprete que prestava tributo *cover* a outros artistas e o segundo um compositor e intérprete de suas próprias canções, ambos sob a direção da mesma *major*, a Universal Music. No entanto, a atenção para este estudo está principalmente nos espaços e redes ocupados por artistas desvinculados a grandes estúdios, pois aqueles com filiação a estas gravadoras representam uma minoria das manifestações musicais.

Segundo Monteiro (2008), existem quatro níveis de artistas independentes: o músico que exerce sua atividade de forma completamente autônoma, que arca com os custos e

---

<sup>97</sup> Fatia de Mercado (tradução minha). Corresponde a um valor em porcentagem do quanto de um mercado é ocupado por determinada atividade.

responsabilidades gerais acerca da produção e distribuição de seu trabalho; associações cooperativas, que são grupos, coletivos, unidos em parceria para tarefas produtivas; a própria indústria denominada independente, em que o músico tem uma relação mais próxima com produtores, estúdios de gravação e selos de distribuição independente; enfim, artista financiados por leis de incentivo à cultura e subsídios governamentais, que custeiam os processos de pré-produção, gravação, divulgação e circulação dos fonogramas, shows, *merchandising*<sup>98</sup>, entre outros produtos vinculados ao artista.

Pequenas gravadoras com selo de gravação de abrangência moderada também se enquadram no contexto de independente. Um fator levado em consideração para enquadrar-se no quesito de artista independente é a autonomia nos processos de produção. A autonomia de pequenas gravadoras é atrelada à ideia de flexibilidade e inovação na produção musical. Inclusive, novos gêneros musicais costumam surgir decorrente da autonomia destes pequenos empreendimentos musicais. Existe também a perspectiva da música independente como uma linha estilística, que é comumente confundida em termos conceituais com a música alternativa. Ser “independente” neste sentido, quer dizer estar associado a um conjunto de valores que negam os padrões da grande indústria fonográfica, isto é, das *majors*. Então, nesta linha de pensamento, o “estilo independente” está vinculado à negação do que é considerado imposto pelos grandes estúdios e pelas mídias de massa, o que envolvem também debates sobre autenticidade (SHUKER, 1999).

Junto a isso, há também os artistas proeminentes do cenário independente que migram para as *majors* e aqueles que impõe uma atitude de resistência com os padrões da indústria cultural. A produção destes artistas que buscam tal resistência é denominada música alternativa e tem raízes nos subgêneros do rock dos anos 1960. Sendo assim, a música alternativa é vista como menos comercial e menos influenciada por tendências, buscando autenticidade e revelando um carácter inflexível no intuito de, no caso do rock alternativo, buscar sentido na expressão em vez de um produto vendável. Fato contrastante é que, mesmo a ideia de rejeição ao mercado fonográfico, foi incorporada pela grande indústria, como nos mostra Shuker:

A música alternativa logo tornou-se uma categoria mercadológica. Na década de 1990, os principais distribuidores varejistas de discos dispõem de uma seção dedicada aos “alternativos”. Originalmente, o termo foi usado no final dos anos de 1960 para se referir ao underground britânico e norte-americano ou aos adeptos da contracultura [...]. O rótulo alternativo aplicou-se posteriormente às bandas grunge surgidas no final

<sup>98</sup> No âmbito musical, os artistas referem-se a *merchandising* como sendo aqueles produtos personalizados, comercializados pelo próprio conjunto musical, como por exemplo cervejas, camisetas da banda em questão, palhetas e baquetas, copos e demais utensílios.



da década de 1980 e início dos anos de 1990 e aos remanescentes da contracultura (SHUKER, 1999).

#### 5.4.3 Breve contextualização da indústria fonográfica brasileira entre 1970 e 2000

Como o objetivo deste estudo não é traçar um panorama histórico da indústria fonográfica brasileira, será feita uma rápida contextualização sobre o surgimento e alguns fatos interessantes que ilustram o desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira até a década de 1970 com base em um trabalho anterior (MACAN, 2017).

A indústria fonográfica brasileira teve seu início no começo do século XX e é muito semelhante à indústria americana e trata-se de um conglomerado de empresas que produz e distribui música gravada. Então, a atividade principal da indústria era, em seu início a venda de fonogramas, isto é, discos de música. A primeira gravação de música no Brasil, segundo Delmiro (2001), data de 1902 e foi o lundu de nome *Isto é bom*, de autoria de Bahiano.

O equipamento utilizado para se ouvir música no início do séc. XX era o fonógrafo, que foi amplamente difundido pelo proprietário da loja de discos Casa Edison no Rio de Janeiro, Frederico Figner. O empreendimento de Figner, além de vender discos<sup>99</sup> e fonógrafos também funcionavam como um estúdio de gravação naquela época. Com a grande expansão do mercado fonográfico no início do séc. XX, no Brasil, viabilizou-se a entrada de iniciativa privada e uma vasta popularização da utilização de gramofones pela população (MACAN, 2017, p. 9).

Com a entrada da iniciativa privada estrangeira no Brasil, atraídas pelo mercado em grande desenvolvimento, surgiu uma parceria entre a empresa alemã Odeon e a Casa Edison, a qual, além de gravar e vender discos e fonógrafos, foi a primeira a prensar discos em território nacional. Em seguida, no ano de 1917, surge a necessidade de se reconhecer e criar meios para recolher direitos autorais, o que resulta na regulamentação da indústria fonográfica brasileira por meio da SBAT (Sociedade Brasileira de Autores Teatrais). Nesta época o órgão em questão recolhia o “pequeno direito autoral”, que era atribuído a composições musicais (MACAN, 2017, p.10).

A reprodução de música por meio de equipamentos elétricos surge a partir da década de 1920 com a inovação aplicada ao gramofone pela empresa norte-americana *Victor Talking Machine*. As décadas seguintes são ainda marcadas por uma grande ascensão da indústria fonográfica e de novos órgãos regulamentadores, associações e sociedades. Por exemplo, em 1938 cria-se a Associação Brasileira de Compositores e Editores e a União Brasileira de

---

<sup>99</sup> Em 1911 a Casa Edison vendeu 840 mil discos (DELMIRO, 2001).

Compositores é fundada no ano de 1942. Com o mercado em constante crescimento, novas inovações surgiam às tecnologias da indústria fonográfica, em 1948 por exemplo, surgiram os “discos inquebráveis”, feitos com material mais resistente que os anteriores. Ainda em 1948 destacam-se as primeiras gravadoras independentes (MACAN, 2017, p. 10)

Um fato que destoa do paradigma instalado nos anos seguintes, conforme veremos mais à sob a visão de Anderson (2006), é que em 1957, haviam mais *singles*<sup>100</sup> de sucesso produzidos em estúdios independentes do que fonogramas gravados por *majors*. A partir da década de 1960, embora dezenas de vezes menor do que o mercado norte-americano, a indústria brasileira consegue uma lei de incentivo fiscal que descontava do imposto sobre circulação de mercadorias (ICMS) pago por empresas locais com o intuito de financiar produções com o selo “Disco é Cultura”, ou seja, uma forma de fomentar a produção independente no Brasil, segundo aquela visão de Monteiro da definição de independente (2008).

A isso, Delmiro (2001) conclui que, entre outros fatores relacionados a produção de fonogramas, um dos mais importantes foi a indústria brasileira ter atingido o controle dos canais de distribuição (MACAN, 2017, p. 10). É preciso ressaltar que neste período as mídias físicas pelo qual o ouvinte tinha acesso à música eram principalmente discos de vinil e fitas cassete. Ambos tiveram algumas variações tecnológicas ao longo do tempo, mas não vem ao caso aprofundar-se neste quesito.

Vicente (2006) explica que durante as décadas de 1970 e 1980 há uma forte atuação das *majors* em conjunto com conglomerados de mídia. Tais gravadoras operam, ainda atualmente, sob a estratégia de divulgação massiva de poucos artistas, focando na repetição excessiva de um mesmo conteúdo. Nesta época surge a tática de se combinar áudio e vídeo como conteúdo musical único, apoiando-se no amplo alcance do modelo de radiodifusão<sup>101</sup>. O modelo de comunicação por *broadcasting* funciona a partir da lógica em que um único veículo de comunicação alcança centenas de milhares, se não milhões de pessoas. É conhecido por ser um modelo “um para todos”. O rádio e a televisão são os principais meios de comunicação via *broadcasting*. A estratégia das *majors* aliada ao modelo de mídia “um para todos” gera, através de fatores como aqueles discutidos anteriormente sob a ótica de Adorno, a cultura dos *hits* e dos *blockbusters*. Os *hits* são poucos fonogramas que, ao ser amplamente divulgados pelo modelo de comunicação *mass media*, tornam-se mundialmente ou nacionalmente conhecidos e geram um lucro gigantesco para a indústria. Os *blockbusters* são o equivalente dos *hits* porém para produtos audiovisuais, em especial filmes (ANDERSON, 2006).

<sup>100</sup> Termo em inglês que se refere a uma única faixa de música gravada.

<sup>101</sup> Também conhecido como *mass media* ou *broadcasting*.

Durante a década de 1970 e 1980, algumas *majors* se destacavam em âmbito mundial: Universal (francesa); Warner (americana); Sony/BMG (japonesa e alemã); EMI (inglesa); Som Livre (brasileira). As empresas menores, que trabalhavam sobretudo com a prospecção de artistas eram chamadas *indies* ou “independentes” (VICENTE, 2006). Durante os anos 1970 a produção de discos no Brasil foi dez vezes maior do que na década anterior o que, segundo Vicente, foi decorrente daquela lei de incentivo fiscal que promovia a disseminação de fonogramas pelo selo “Disco é Cultura”. A bolha de crescimento da indústria nos anos 1970, aliada à grande inflação do início dos anos 1980, fez com que as grandes gravadoras reduzissem seus elencos e se tornassem mais seletivas.

A maior seletividade das *majors* teve como um de seus principais efeitos a exclusão de artistas que, na época, eram menos instruídos nas táticas mercadológicas, isto é, a racionalização sobrepunha lógicas de mercado à produção dos bens culturais, como citado anteriormente e vastamente criticado por Adorno. Um outro efeito desta estratégia comercialmente explícita das *majors* foi a reação cultural e política de artistas vinculados a cenas independentes. O paradoxo apresentado por Vicente (2006), ainda que implícito, é que ao mesmo tempo em que a cena independente reagiu contra a racionalização das grandes gravadoras, tornava-se também a única via de acesso a elas. A partir daí surgia um dualismo acerca do que significava ser independente:

Seria difícil não interpretar o surgimento da cena independente também como resultado da interiorização da racionalidade da indústria por parte dos artistas. São vários os argumentos a reforçar essa tese. [...] Além disso, a atuação bem-sucedida dentro do mercado independente parecia implicar num alto grau de compreensão dos aspectos envolvidos na produção e comercialização do disco. [...] Outro fator a ser considerado é o de que nomes de maior destaque da cena independente, como Boca Livre e Oswaldo Montenegro, entre outros, aceitaram rapidamente os convites feitos por grandes gravadoras para integrar seus elencos (VICENTE, 2006).

Aos poucos a cena formada pelo conjunto de artistas independentes em âmbito nacional assumia a função de escoar artistas e nichos para as grandes gravadoras. Segundo Vicente (2006), mesmo os atos de resistência acabam absorvidos pela grande indústria, ao que completo:

[...] ainda insatisfeitos com a produção musical das grandes gravadoras, um público altamente intelectualizado, com baixo poder aquisitivo, predominantemente formado por estudantes, estimula a criação de um espaço para promover artistas fora da ordem mercadológica. Nesses termos, no final de 1979, por criação de Wilson Souto Jr. surge o teatro Lira, que mais tarde assumiria como gráfica e adquiriria um selo fonográfico. Fato contrastante e curioso é que, em 1982, o idealizador do Lira assumiria o cargo

de diretor artístico na major Continental e, mais tarde em 1994, ao incorporar a Continental à Warner, assumiria o cargo de presidente (MACAN, 2017, p. 11).

Vicente (2006) explica que durante os anos 1980 houve a marcante falta de visão dos músicos independentes aliada à dificuldade de distribuição e divulgação. Além desses fatores, combinava-se o boicote das *majors* à cena independente. O autor cita alguns outros componentes que prejudicaram a cena independente como um todo: uma forte recessão da economia mundial, que atingiu o Brasil durante a década de 1980 e a metade de década 1990; o atraso tecnológico brasileiro em relação ao mundo, já que não se produziam equipamentos de áudio profissional na indústria local; havia um grave problema no fornecimento de matéria-prima para o desenvolvimento de novas tecnologias. Neste sentido, pode-se concluir que a crise econômica mundial foi acompanhada de uma crise na produção musical. Como as gravadoras precisavam manter o ritmo de lucro mesmo num cenário de recessão, houve nesta época um apelo muito forte para táticas que exploravam o fetiche na música, o que perdurou pela década de 1990 e 2000 (MACAN, 2017, p. 11).

Durante a década de 1990, já familiarizados com as lógicas de comercialização da música, desenvolvida durante os anos 1980, houve uma maior profissionalização dos músicos independentes. Muitos proprietários de estúdios menores eram ex-empregados de grandes gravadoras, o que permitiu à cena independente um maior contato com as estratégias de produção que a conectasse com as *majors* (MACAN, 2017, p. 12). Sobre o final da década de 1980, Paulo Bandeira de Mello, então diretor da EMI, explica que houve uma aproximação entre a grande indústria e os estúdios *indies* (VICENTE, 2006). Talvez, uma das principais mudanças nessa relação foi um maior foco de empresários independentes em captar e formar artistas para grandes gravadoras.

Embora ainda sob o estigma de crise, os anos 1990 contrastaram da década anterior em decorrência da implementação do plano Real em 1994. Segundo Delmiro (2001), houve um período de ininterrupção do crescimento da indústria até 1998, onde a venda de discos, principal atividade do ramo, rendeu 105 milhões de Reais. Neste período, a principal mídia física que dava acesso ao fonograma era principal o CD<sup>102</sup>, mas ainda haviam LPs<sup>103</sup> e fitas cassete no mercado. Além disso, os custos de produção foram extremamente reduzidos por causa das inovações promovidas pelas tecnologias de áudio digital, o que impulsionou a produção

---

<sup>102</sup> O *Compact Disc* foi uma tecnologia de armazenamento de dados digital desenvolvido pela Sony Music e colocado no mercado a partir do ano de 1982, porém alcançou popularidade nos anos 1990.

<sup>103</sup> *Long Play*, é uma mídia analógica de armazenamento de dados no formato de um disco, produzida com plástico vinil e desenvolvida no início do século XX.

independente. Além do barateamento das tecnologias de produção neste período - a mudança dos sistemas analógicos para os digitais – as *majors* começaram a adotar estratégias de terceirização da produção, pois havia a oferta do mesmo serviço por um valor inferior ao custo de manutenção de um estúdio próprio, fato é que a maior parte das gravadoras fechou seus estúdios e resumiram-se a um escritório (MACAN, 2017, p. 12).

Talvez um dos temas mais debatidos durante os anos 1990 foi a globalização, o que resultou numa percepção geral da economia sob a perspectiva deste fenômeno (DELMIRO, 2001). Além disso, existiram fusões de empresas que se tornaram gigantescos conglomerados de mídia. Se os anos 1980 inteiros foram marcados pela crise econômica, o vislumbre de estabilidade promovido pelo plano Real, teve pouca duração pois, ao final da década de 1990 a desvalorização cambial apontou novamente para um cenário de crise (VICENTE, 2006). Atrelado a este fator, as novas possibilidades promovidas pelo espaço de comunicação em meios digitais, como já revisado anteriormente com base em Levý (2014), proporcionaram no início dos anos 2000 uma enxurrada de trocas virtuais de conteúdo musical em formato digital, não mais dependendo do acesso mediado por uma mídia física.

O acontecimento chave para esta mudança foi o desenvolvimento do formato mp3, que já vinha sendo desenvolvido desde a década de 1980 por um grupo de pesquisadores alemães do instituto Fraunhofer mas ficou disponível para uso coletivo em 1995 através do *software* de PC *WinPlay3*. Este formato digital consiste numa redução de 75% a aproximadamente 95% no tamanho de um arquivo de áudio digital por meio da compactação dos dados que o constituem sem prejudicar aparentemente o reconhecimento do som pelo ouvido humano. Por efeito desta nova tecnologia, no ano de 1997 surge o Napster, site de compartilhamento de arquivos mp3 que popularizou a prática de *downloads* e provocou uma grande mudança no comportamento do consumo de música em âmbito mundial.

Assim, a pirataria junto ao novo cenário de crise econômica foi o maior agravante da crise da indústria fonográfica brasileira. Por exemplo, em 2005, apenas no Brasil, mais de 1 bilhão de *downloads* ilegais foram registrados. A isto, no ápice temporal do evento citado, Delmiro (2001) citou:

[...] a questão de maior relevância em relação às gravadoras seria empreender em meio ao cenário de democratização dos meios de produção e divulgação na internet e lidar com os prejuízos causados pelas trocas ilegais (DELMIRO, 2001).

Com a democratização do acesso à internet para grande parte da população, o que garantia a possibilidade de distribuição gratuita de música via rede, gerou mudanças bruscas no

mercado musical. O principal bem cultural comercializado pela indústria, que até então eram os fonogramas gravados em mídia física, perderam valor comercial decorrente das trocas ilegais *online*. Chris Anderson, então editor da *Revista Wired*, aproveitou este cenário para lançar a *Teoria da Cauda Longa* (ANDERSON, 2006).

#### 5.4.4 A Teoria da Cauda Longa: indústria fonográfica a partir dos anos 2000

As possibilidades do ciberespaço, que já foram discutidas anteriormente, surgiram como alternativa para as produções independentes. Por efeito da democratização da internet, as grandes gravadoras perderam então o controle do que seria assistido pela audiência, como também o domínio pelos seus próprios produtos, afinal, a prática da pirataria os disponibilizava gratuitamente em meio digital. Enquanto as *majors* eram destituídas do poder sobre a indústria, as organizações independentes tomaram força, fato que em 2002 resultou na criação da Associação Brasileira de Música Independente (ABMI). Novamente, a década começava marcada por uma crise na indústria fonográfica (VICENTE, 2006).

Os anos 2000 começaram então com vários contrastes. Não só a indústria fonográfica como um todo ia mal, decorrente principalmente da pirataria, mas a própria economia do Brasil estava em decadência. Vicente (2006), explica que esse momento retraiu as grandes gravadoras e as obrigou a “desconcentrar” a produção, o que criou espaços vazios, que logo foram preenchidos pelas *indies*.

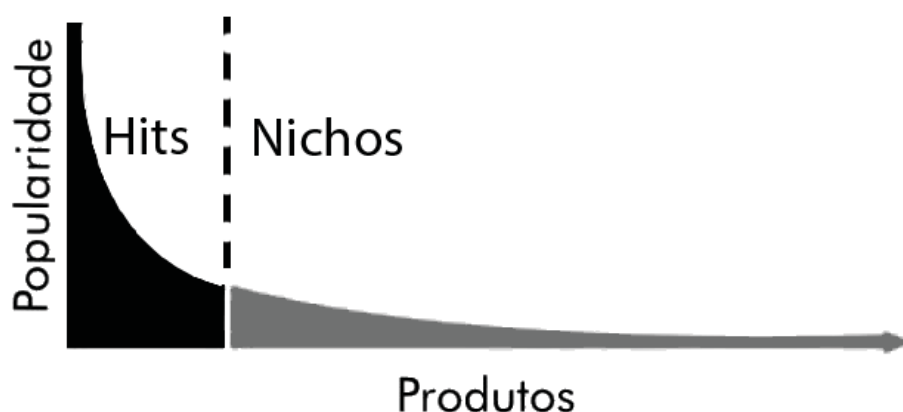
A comunicação por radiodifusão, principal modelo até os anos 2000, não consegue dar conta de todos os produtos musicais disponíveis. Isto é decorrente da limitação de tempo de programação, sem a opção de a audiência pausar o conteúdo ou escolhê-lo dentro de uma grande variedade. A mesma lógica de escassez temporal que há no *broadcasting*, acontece com o espaço disponível em lojas físicas. Tanto a limitação temporal, quanto a espacial levava os produtores a escolher uma pequena parcela do conteúdo que ia ao ar, os *hits*, logo, a maior parte da produção musical era excluída da programação (ANDERSON, 2006).

O autor aponta que apesar da infinidade de produções, pouquíssimas faixas se destacavam nas vendas e que isso era uma tática também propositalmente aplicada pela grande indústria pois, a repetição de poucos itens era mais rentável do que o investimento maciço em numerosos artistas. A estes poucos itens, Anderson denomina por “*hit*”. As demais faixas, que são extremamente numerosas, porém pouco vendáveis, são denominadas produções de nicho. Então, o nicho é, neste sentido, um mercado muito específico o qual determinado estilo de



produção atende e que, muitas vezes, não consegue ser abarcado pela grande indústria fonográfica, ficando a cargo da indústria independente (ANDERSON, 2006).

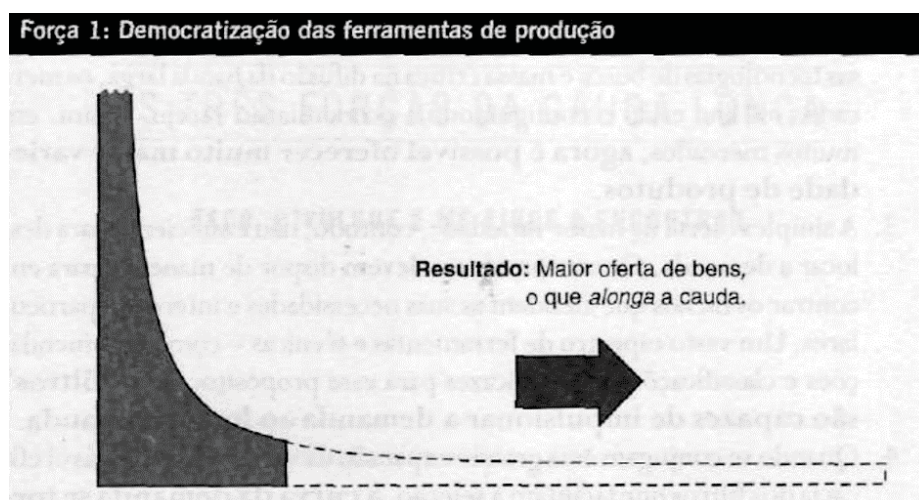
FIGURA 8 – A TEORIA DA CAUDA LONGA



FONTE: adaptado de Anderson (2006)

Três fatores emergentes ao final do séc. XX são destacados por Anderson como agentes niveladores das produções de nichos com os *hits*: (1) a democratização das ferramentas de produção; (2) a redução de custos de produção decorrente da força anterior e da implementação de tecnologias mais baratas; (3) a ligação mais assertiva entre oferta e demanda decorrente das possibilidades promovidas pelo ciberespaço que, a partir da década de 1990 se tornou amplamente acessível (ANDERSON, 2006, p. 50).

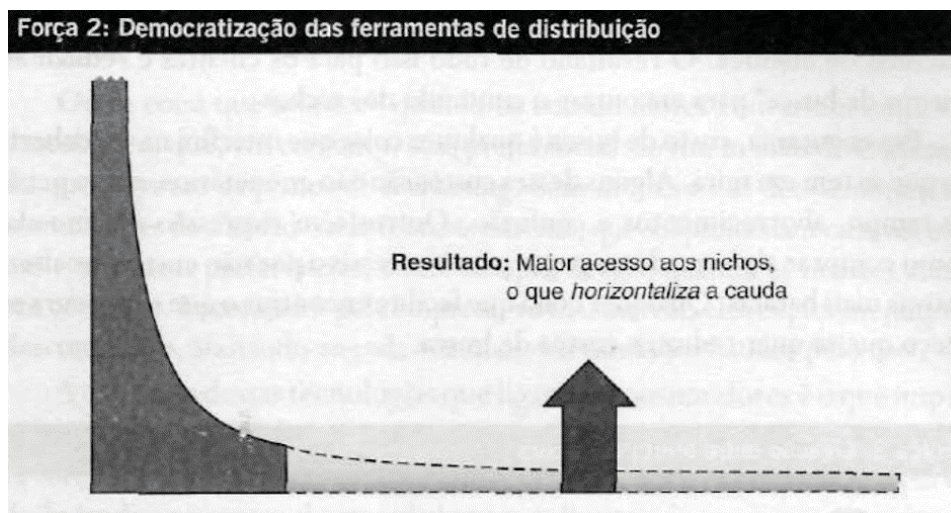
FIGURA 9 – FORÇA 1



FONTE: Anderson (2006, p. 52)

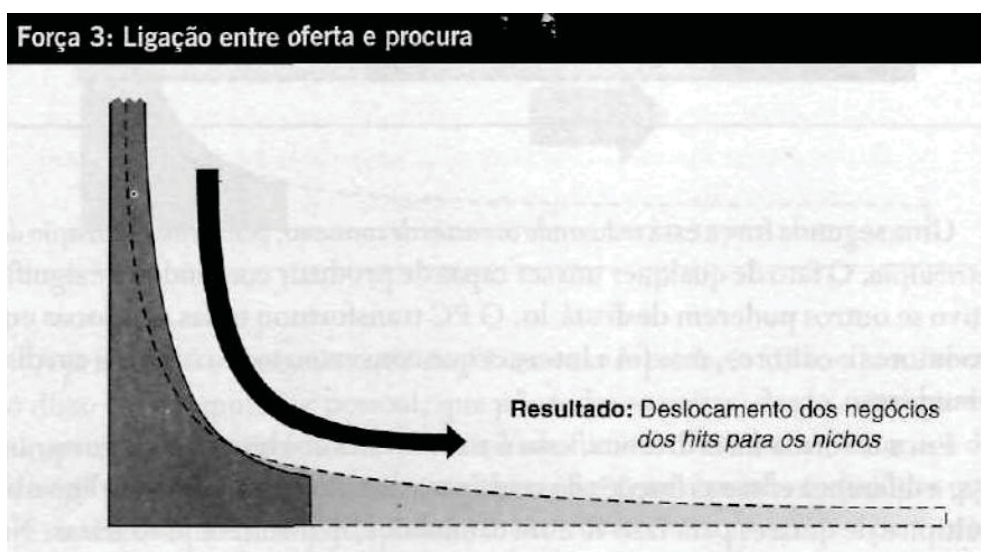


FIGURA 10 – FORÇA 2



FONTE: Anderson (2006, p. 53)

FIGURA 11 – FORÇA 3



FONTE: Anderson (2006, p. 54)

Os efeitos destas três forças colocadas por Anderson são: (1) um aumento significativo das produções de nicho em relação aos *hits*; (2) o aumento da variedade de produtos culturais, o que diminui o esforço necessário para atingir mercados de nicho; (3) o desenvolvimento de tecnologias de recomendações para forçar a demanda ao longo dos possíveis mercados; (4) a aparente perda de interesse da audiência pelos *hits* e o aumento da demanda por produções de nicho; (5) a aparente equivalência entre a soma do *market share* de nicho com o dos *hits*; (6) a facilidade e maior liberdade do consumidor em encontrar o que deseja, sem a influência da

escassez do modelo de radiodifusão e das prateleiras de lojas convencionais, o que é decorrente da diminuição de gargalos de distribuição que, na prática, favorecem a indústria dos *hits* e geram um “achatamento” na curva do gráfico (ANDERSON, 2006, p 51).

Com a ampla propagação dos meios de comunicação digital e das trocas de arquivos *online*, a teoria de Anderson revela que todo tipo de conteúdo de entretenimento audiovisual se tornou disponível a custo zero para qualquer público, desde que estivesse conectado em rede e dominasse o uso de buscadores e *softwares* P2P<sup>104</sup>. Para Anderson, ao estarem niveladas a custo zero, tanto as produções da grande indústria fonográfica, quando as independentes alcançam o mesmo patamar competitivo o que, até então, jamais havia acontecido. Anderson também alerta para o significativo poder econômico dos nichos, destacando o fato de empresas como a Netflix, Amazon e Rhapsody terem em média 40% de seus orçamentos referentes à soma dos mercados de nicho (ANDERSON, 2006).

Por efeito do novo comportamento de consumo direcionado à música, proporcionado pelos adventos em torno do ciberespaço, houve nos anos 2000 um brusco enfraquecimento das grandes gravadoras, sobretudo pela queda exponencial nas vendas de discos. Um fato que ilustra bem essa brusca mudança na lógica da indústria fonográfica mundial a partir da primeira década do séc. XXI, foi o recorde de vendas de discos por uma única banda, o grupo NSYNC, no ano 2000, ser seguido de uma queda de 25% ao ano no volume de vendas até 2005. Por exemplo, o grupo NSYNC vendeu 2,4 milhões de cópias em apenas uma semana no ano 2000, um recorde jamais batido. No mesmo ano, os cinco álbuns mais vendidos somaram 38 milhões de cópias. No ano seguinte, este mesmo dado caiu pela metade. Outro fato interessante é que, em 2001, a Apple<sup>105</sup> popularizou os mp3 *players* portáteis através da inserção do *i-pod* no mercado mundial. Assim, fica claro a influência do novo comportamento adotado pela audiência a partir do ano 2000 na queda de lucros da indústria fonográfica (ANDERSON, 2006).

---

<sup>104</sup> Em inglês *peer to peer*, refere-se a um sistema de trocas entre computadores onde cada máquina opera tanto como cliente, baixando arquivos, como por servidor, hospedando e enviando arquivos a outros computadores semelhantes.

<sup>105</sup> Empresa do ramo de tecnologias digitais, famosa por inúmeras inovações no âmbito da microinformática.

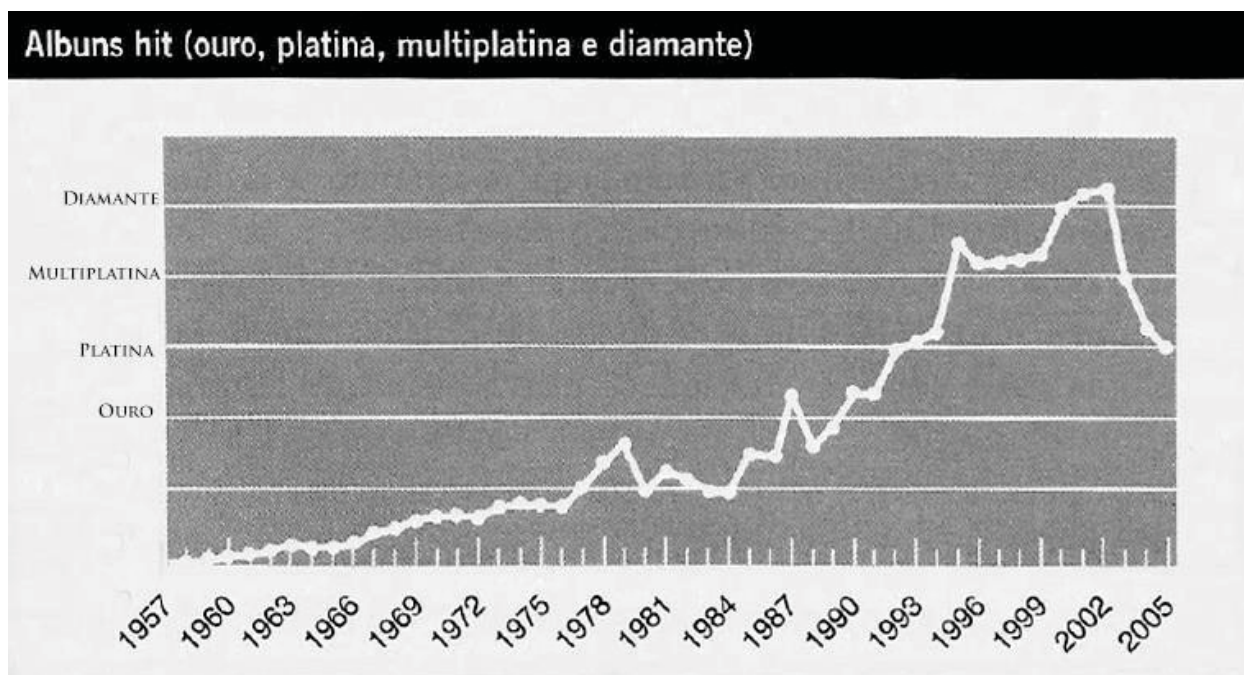
FIGURA 12 – QR CODE DE ACESSO À IMAGEM QUE ILUSTRA A LINHA DO TEMPO DO NÚMERO DE CDS VENDIDOS NO MUNDO E NO BRASIL



FONTE: <https://goo.gl/ynvgm1>

Este novo comportamento citado anteriormente refere-se ao acesso gratuito do indivíduo a qualquer música, a qualquer hora, a custo zero, que não seria possível sem a aliança da prática da pirataria com as tecnologias digitais de trocas de arquivos *online*. Anderson (2006) também considera a possibilidade de estas facilidades, aliadas à hiperescolha de conteúdos musicais, fazer com que o usuário, além de parar de comprar discos, também diminua o gosto por grandes sucessos. A seguir, ilustra-se a curva de vendas do número atingido pelos discos mais vendidos em cada ano ao longo da metade da década de 1950 até os cinco primeiros anos do séc. XXI.

FIGURA 13 – ALBUNS HIT<sup>106</sup>



FONTE: Anderson (2006, p. 30).

<sup>106</sup> Ouro, vendas acima de 500 mil cópias; platina, de um a dois milhões de cópias; multiplatina, de dois a dez milhões de cópias; diamante, acima de dez milhões de cópias.

#### 5.4.5 Efeitos da cibercultura no séc. XXI

O Ciberespaço, conforme citado anteriormente, é uma extensão do circuito por onde as cenas musicais podem se configurar, inclusive, a noção de cena virtual é pautada no ambiente digital. A partir da segunda metade dos anos 2000, com a rápida ocupação das redes por diversas camadas sociais, André Lemos (2005) destaca a proliferação da cibercultura. Por cibercultura, entende-se as práticas socioculturais inerentes ao ciberespaço. Desta forma, esta noção associa-se a tudo o que é produzido humanamente neste ambiente de tecnologias organizadas em rede (LEVY, 2014).

Lemos indica três fatores significativos nas mudanças comportamentais dos indivíduos, não só como audiência de entretenimento, mas entendendo aqui também no âmbito político e da apropriação de espaço simbólico nos debates que envolvem a cidadania. Dessa forma as reflexões de Lemos, somadas ao exposto sobre a *Teoria da Cauda Longa*, de Anderson (2006), são extremamente produtivas ao aplicadas no entendimento atual das cenas musicais, sobretudo no da cena musical rock de Curitiba.

Tais fatores elencados por Lemos remetem-se a uma mudança comportamental que é intrínseca do indivíduo contemporâneo do século XXI e versado na cibercultura. Em decorrência disto, também afetaram as lógicas da indústria cultural como um todo, não restringindo-se às grandes empresas do ramo musical, são eles: (1) a liberação do polo de emissão; (2) conexão em rede; (3) reconfiguração de conteúdos midiáticos (LEMONS, 2005). Em meu trabalho anterior coloco:

Por liberação do polo de emissão, de acordo com Lemos (2005), entende-se diversas manifestações socioculturais contemporâneas manifestando-se na emergência de vozes e discursos, anteriormente reprimidos pela edição da informação no *mass media*. Conectividade, refere-se ao princípio de conectividade generalizada. Neste sentido, tudo comunica e tudo está em rede: pessoas, máquinas, objetos, monumentos, cidades. Reconfiguração: de práticas, modalidades, mídias, espaços, sem a substituição de seus respectivos antecedentes. Por reconfiguração compreendemos a ideia de remediação, mas também a de modificação das estruturas sociais, das instituições e das práticas comunicacionais e culturais (MACAN, 2017, p. 17).

Assim, entende-se que tais fatores se tornam condição natural do ser humano contemporâneo, conectado em rede e sugerem a readaptação constante da indústria do entretenimento. Os anos 2000 foram palco de mudanças bruscas tanto para a indústria, quanto para os indivíduos e os espaços que estes ocupam. Para as próximas mudanças, que acontecem diariamente, entende-se que, principalmente para o indivíduo músico, é fundamental conhecer estes fenômenos providos como efeito do ciberespaço, dentro e fora dele. Entendendo o circuito

musical também como uma possível extensão do espaço digital e das redes que o formam, junto a todos os fenômenos expostos anteriormente sob a visão de Lemos (2005), a compreensão das cenas musicais e da própria atuação da indústria fonográfica se torna mais complexa.

#### 5.4.6 O futuro da indústria fonográfica no séc. XXI

Lucina Viana (2009, p. 54) explica que as fases anteriores da indústria fonográfica se dividem em: mecânica, elétrica, eletrônica e digital. A próxima fase, seria então a indústria “em rede”, onde o consumidor é participativo e também produtor dentro das mesmas plataformas, a hierarquia de produção e distribuição não obedece mais a lógica das fases anteriores e há o surgimento de novas dinâmicas de mercado e também novas funções. Segundo a autora:

[...] as características principais dessa nova fase estão ligadas diretamente ao consumidor, que passa a co-habitar a mesma plataforma dos produtores, nesse caso a internet. Como desdobramento, temos uma nova hierarquia de produção e de distribuição, já que a aproximação entre eles é inevitável. Ainda como resultado dessa aproximação, temos a formação de uma nova lógica de mercado, onde surgem novas funções, enquanto outras desaparecem, invertendo ou anulando papéis no cenário da música (VIANA, 2009, p. 54).

Leonardo De Marchi (2016), explica que as bruscas mudanças que introduziram o universo digital na indústria da música nos anos 2000 são, ainda durante os anos 2010, um processo longe de se estabilizar. O autor acredita que há, na contemporaneidade, uma nova indústria da música configurando-se, porém, destaca semelhanças, diferenças e hibridações em comparação com a velha indústria, que era pautada na venda de discos. De Marchi defende que a própria utilização do termo “indústria” está ultrapassada: “é preciso admitir que aquilo que chamamos de indústria fonográfica não é mais propriamente uma indústria, e que seus produtos não são mais informações sonoras [...] inscritas em suportes físicos vendidos em unidades por loja” (DE MARCHI, 2016, p. 194).

Neste sentido, o autor expõe que o que entende por indústria, atualmente, seja um “complexo de diferentes negócios de produção, distribuição e consumo de fonogramas e serviços relacionados ao seu acesso”. Micael Herschmann comenta a função das cadeias produtivas da indústria do entretenimento musical, apontando que nelas existe uma dinâmica fortemente preocupada com o lucro, sob maior organização formal, por meio de contratos. Nas cadeias produtivas:



o protagonismo dos atores sociais encontra-se em articulação e tensão com regras/normas impessoais e pré-estabelecidas; podem estar construídas em várias escalas (locais, nacionais, transnacionais); se definem como conjunto de atividades que se articula progressivamente, desde os insumos básicos até o produto/serviço final (incluindo as etapas de distribuição e comercialização), constituindo-se assim em elos de uma corrente (HERSCHMANN, 2010, p. 24).

Então, de fato, o sistema todo que envolve esses diferentes negócios se tornou mais complexo na segunda metade do séc. XXI, formando-se por “um conjunto heterogêneo de agentes (empresas, indivíduos, e até mesmo o Estado)” que se articulam a fim de realizar projetos específicos. A complexidade da nova indústria fonográfica se espalha na forma de uma rede global. De Marchi aponta que o que garante o funcionamento desta organização em rede são pontos de convergência denominados *hubs*, ou núcleos, podendo ser mais ou menos dinâmicos, e dependem exclusivamente da conexão com outros pontos (DE MARCHI, 2016, p. 194).

O autor reforça que o principal núcleo dinâmico da indústria fonográfica do séc. XXI, sobre tudo nesta segunda década, são as empresas eletrônicas de música, as quais detêm o monopólio da inovação tecnológica, que no período anterior era propriedade exclusiva das *majors*. Por exemplo, para se ter noção da abrangência de duas destas empresas, a sueca *Spotify* e a francesa *Deezer*, até 2015 elas ofereciam, cada uma, mais de 30 milhões de fonogramas e estavam presentes ao todo em mais de 180 países (DE MARCHI, 2016, p. 196). A partir deste tipo de empresa que surgem novos produtos e serviços, normalmente difundidos por redes sociais digitais de comunicação. Em consequência disso, são essas empresas as também responsáveis pela expansão de novos mercados musicais.

De modo geral, De Marchi coloca que há uma colaboração entre os agentes tradicionais da indústria e estas empresas, pois seu potencial de inovação decorrente da compreensão rápida sobre as mudanças no mercado foi logo reconhecido (2016, p. 195). Um exemplo de inovação por empresas eletrônicas de música foi a implementação e popularização dos serviços de *streaming*<sup>107</sup> nesta segunda década.

Ao citar os *Digital Music Report* (DMR) da década de 2010, De Marchi aponta alguns possíveis efeitos da colaboração entre os agentes tradicionais com as empresas de tecnologia. O autor explica que o *streaming* tem ganhado força, o que se reflete na diminuição de *downloads* ilegais à medida em que o acesso à rede por banda larga se torna mais fácil e os dispositivos de comunicação ficam mais rápidos. Ao que completa:

---

<sup>107</sup> É um anglicismo comumente usado, refere-se à transmissão contínua de dados digitais que não obriga o usuário a fazer o *download* dessas mídias, o que possibilita a recepção dos produtos audiovisuais à medida que estes são consumidos. Algumas empresas do ramo são a *Netflix*, o *Youtube*, o *Spotify*, o *Deezer*, entre outras.

Enquanto os documentos da década anterior se concentravam em argumentos que defendiam as cruzadas contra a pirataria digital, os DMR mais recentes pintam um quadro maravilhoso, em que empresas eletrônicas de música atuam de forma criativa, cordial e produtiva com os tradicionais agentes da indústria fonográfica. [...] neles se encontram dados interessantes sobre o comércio de fonogramas digitais. Entre eles, destacaria o aumento do acesso a tais conteúdos através de *downloads* pagos [...] e serviços de *streaming* (DE MARCHI, 2016, p. 195).

Principalmente a partir da década de 2010, a complexidade da nova configuração da indústria fonográfica, que agora opera principalmente sobre meios digitais, cria uma série de intermediários nos processos de produção e circulação de música gravada, como é o caso de empresas especializadas em digitalizar e obter licenças de comercialização. Além disso, as grandes e pequenas gravadoras precisaram também se reestruturar e se adaptar ao novo cenário. As *majors* concentraram-se na compra e na criação de diferentes empresas de informática e na extensão de seus serviços para outros mercados, como foi o caso, por exemplo, da parceria entre a Universal Music e a construtora de automóveis Peugeot no lançamento de um carro que dava ao cliente uma série limitada de *downloads* de mídias fonográficas da gravadora em questão, entre outras tantas inovações de mercado deste tipo (DE MARCHI, 2016, p. 205).

No caso das gravadoras independentes, surgiu a necessidade de não apenas gravar seus artistas, mas também de os assessorar com uma série de serviços visando o mercado digital, ao que De Marchi completa: “o contrato de um artista com uma gravadora independente é determinado pela capacidade desta de representar os interesses daquele no ambiente digital” (DE MARCHI, 2016, p. 197).

Como já citado anteriormente por Anderson (2006) e por Lemos (2005), no contexto de relação com o digital a partir dos anos 2000, cria-se a possibilidade de concorrência entre produções autônomas ao mesmo patamar que as grandes empresas. De Marchi as classifica como um dos *hubs* dinâmicos da indústria fonográfica e aponta que, embora nem todo artista tenha a organização e o domínio necessário para tal prática, esta forma de produção independente se expande de forma caótica (2016, p. 206).

De Marchi conclui seu raciocínio sobre o futuro da indústria fonográfica a partir do séc. XXI chamando a atenção para as questões envolvendo direitos autorais. Com a maior quantidade de intermediadores e da própria complexidade da nova indústria, torna-se imprescindível que o artista tenha conhecimento de seus direitos e deveres. O autor exemplifica alguns casos em que os músicos, apesar de terem seus produtos vendidos pelas tecnologias de *streaming*, não alcançaram lucros significativos e que isso pode ser decorrente de um contrato não assertivo no que tange o recolhimento de direitos autorais, além de apontar também para a

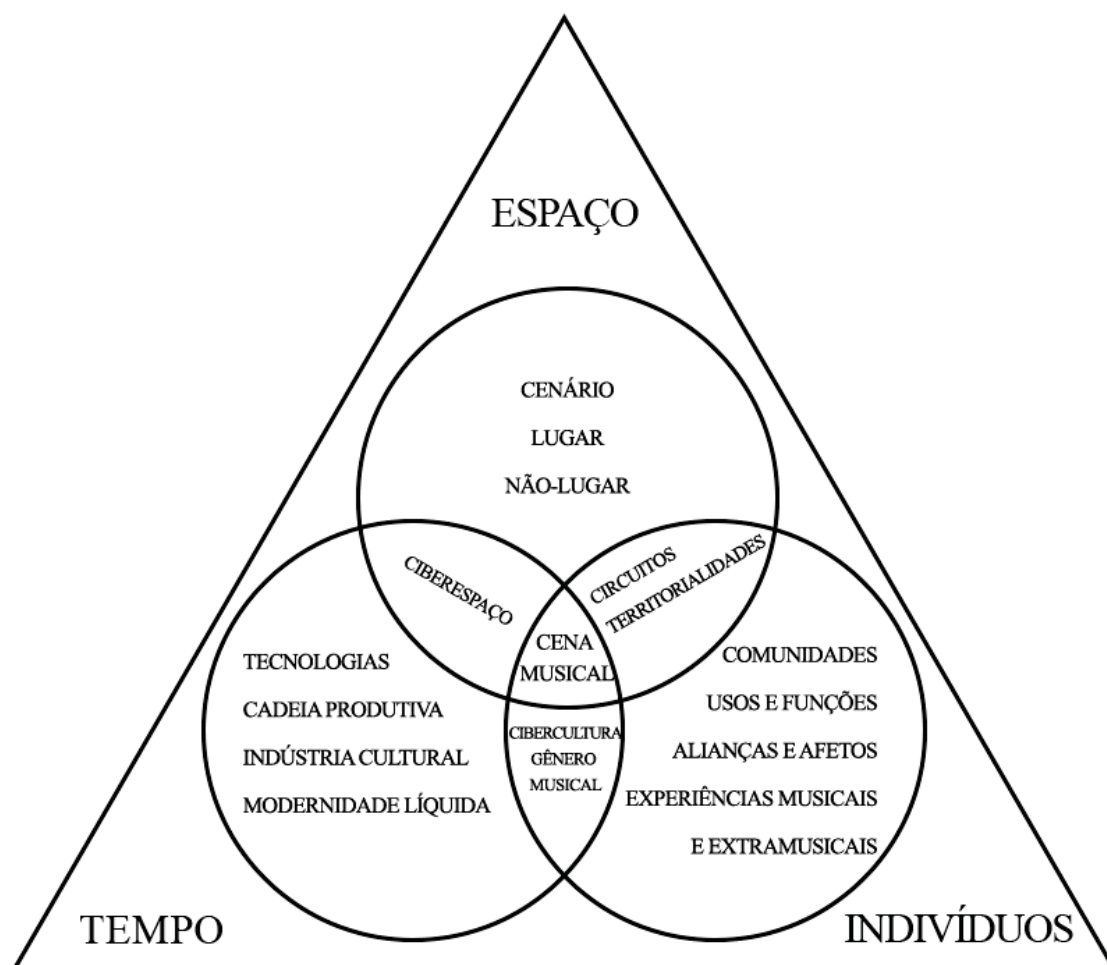


imprecisão com que o dinheiro é distribuído entre as plataformas de *streaming*, *majors* e artistas (DE MARCHI, 2016, p. 202-203). A isso, o autor alerta para a necessidade de uma reformulação das leis de direito autoral que levem em conta essa complexidade do ambiente digital.

A ideia desta seção foi apresentar um panorama da indústria fonográfica atual, algumas de suas possibilidades e mudanças que atinjam, sobretudo, o músico. De Marchi (2016) cita vários pontos de tensão envolvendo artistas e empresas de música. De forma geral, conclui-se que no desenrolar do séc. XXI é imprescindível ao produtor autônomo, que hoje representa quantitativamente a maior parte das produções da indústria, estar ciente de seus direitos e deveres, bem como se mobilizar para garantir melhores condições legais para sua ocupação.

## 5.5 A INTERSEÇÃO

FIGURA 14 – DIAGRAMA “ESPAÇO, TEMPO E INDIVÍDUOS”



FONTE: O autor (2020)

Neste capítulo de fundamentação teórica foi abordado o tema principal, que é a conceituação de cena musical (STRAW, 1991; 2006) e, em seguida, foram abordadas três perspectivas deste conceito, as esferas que representam o espaço, os indivíduos e a temporalidade, que neste caso foi representada pelas mudanças na indústria cultural ao longo do tempo, uma lógica que surge de acordo com Bauman (2001).

Como já esclarecido anteriormente, cada item não exclui a possibilidade de análise por áreas diferentes às quais foram propostas aqui, logo, um item que abordamos pela perspectiva do espaço, como por exemplo os circuitos musicais, poderia também ser revisado por uma bibliografia que trouxesse a visão de indivíduos, ou seja, uma visão que privilegie a percepção humana de determinado assunto. O que sugerimos foi a divisão destas esferas apenas como fragmentação de um todo caótico no qual as cenas se inserem – vislumbrando uma melhor metodologia que ajude o pesquisador a não “escorregar” no termo. Logo, essas esferas interagem entre si e, de certa forma, dependem uma das outras. A proposta aqui é que elas não são perspectivas estáticas ou rígidas, elas se movimentam e se confundem.

A separação em esferas classificadas em indivíduos, espaço e tempo, conforme sugere a FIGURA 14, embora já explicado que tais perspectivas não são estáticas, apresenta uma área de interseção que acredito ser de um âmbito de debate além do que esta presente fundamentação propõe, pois os itens ali elencados estão em constante interação simultânea com as três esferas que apresentei e, além disso, são de uma complexidade além do que este trabalho consegue dar conta, tendo em vista seus carácteres fluidos e também as limitações de tempo e espaço. Além disso, alguns destes itens propostos não são preocupações em voga na Etnomusicologia, como é o caso ainda das cenas virtuais, assunto resguardado principalmente aos estudiosos de comunicação.

## 6 RESULTADOS

### 6.1 PROBLEMAS DA PESQUISA E OBJETIVOS (GERAL E ESPECÍFICOS)

Em meu trabalho anterior, fora pesquisado um recorte da cena musical de Curitiba com base nas entrevistas dos músicos no acervo do programa de rádio e TV Ciclojam, entre os anos de 1996 e 2005, como já contextualizado anteriormente. Tal estudo levantou problemáticas inerentes à cena musical de Curitiba no contexto, relacionando principalmente aos meios de comunicação vigentes nesta época e ao circuito de entretenimento noturno da cidade.

A partir de 2005, ano em que termina o acervo analisado do Ciclojam, diversas plataformas digitais começaram a viabilizar a propagação de informação e conteúdo *online*, revolucionando a forma de se produzir e se distribuir música, como já revisado anteriormente. Com base neste dado, a presente pesquisa tem o objetivo principal de investigar e comparar o paradigma atual da cena musical rock em Curitiba atual com o apresentado na pesquisa anterior. Sobre a cena dos anos 1996 a 2005, embora houvessem opiniões mais favoráveis, a maior parte dos depoimentos traziam críticas como as colocadas neste trecho

Os grupos citavam o ‘amadorismo generalizado’ da cena curitibana; as ‘rixas entre bandas’; ‘falta de aparelhagem profissional nos bares’; ‘cachês baixos’; ‘isolamento’ da cidade em relação ao resto do país; ‘autofagia’ e ‘marginalia cultural’. Outros pontos criticados da realidade da produção musical em Curitiba na época, segundo os próprios músicos: ‘falta de valorização pelo público’; ‘falência do mercado independente’; ‘extrema valorização do exterior e desvalorização da produção local’; a cena curitibana estava ‘de luz apagada’; ‘não existe circuito, não existe cena em Curitiba’; ‘o público ora está no palco, ora está na plateia’; ‘não existe cena sem união’; ‘há muitas bandas para pouco espaço’; ‘Curitiba tem mentalidade provinciana’ (MACAN, 2017, p. 26).

De acordo com este estudo, certamente havia, nos anos 1990 e início dos anos 2000, uma problemática que sufocava a cena musical da cidade. A questão central do presente estudo é, resumidamente, “no paradigma atual, os mesmos problemas ainda persistem?”. Esta questão pareceu pertinente por causa da mudança promovida pela inserção das tecnologias de comunicação *online* após 2005, as quais disponibilizaram novos espaços, o que já foi abordado em outras seções. Então, o objetivo central do estudo é atualizar esta questão, fazendo uma comparação com o que foi coletado no estudo anterior e contextualizar as possíveis diferenças e interseções baseando-se em dados atuais.

Mais além, o estudo tem como objetivos específicos, trazer a perspectiva da Etnomusicologia ao estudo das cenas musicais; propor uma abordagem sobre o conceito de

cena musical relacionando-o ao trinômio indivíduo, espaço e tempo; mapear o cenário de casas noturnas relacionadas ao gênero rock em Curitiba; trazer reflexões atualizadas sobre a identidade dos grupos musicais curitibanos organizados em torno do gênero rock; investigar se o uso de tecnologias digitais contribuiu para a solução dos problemas levantados naquelas críticas colocadas pelos músicos curitibanos no período entre 1996 e 2005 e, se sim, discorrer como e em que sentido o uso dessas tecnologias alterou as relações entre os agentes da cena estudada; desbravar novas problemáticas em torno da utilização de tais mídias digitais em torno do cenário musical curitibano.

## 6.2 PROCESSOS METODOLÓGICOS E OCORRÊNCIAS INESPERADAS

As medidas metodológicas para alcançar esses objetivos foram pensadas a fim de abordar a questão central por diferentes frentes, como já bem explicado na seção de metodologia: (1) levantamento de macroambiente: questionário quantitativo com a opção do entrevistado adicionar dados qualitativos; (2) pesquisa de campo, ou etnografia; (3) levantamento de microambiente: cartografia das regiões sociais da cena musical rock de Curitiba; (4) pesquisa qualitativa: entrevistas específicas com profissionais estrategicamente escolhidos.

O questionário *online* atingiu um total de 158 pessoas, das quais 132 foram aptas a preenche-lo até o final. Mesmo com uma pergunta bem direcionada a músicos profissionais, 27 pessoas que não se encaixam neste perfil, acessaram a pesquisa. Houve um indivíduo que atualmente não exerce a profissão de forma remunerada, porém mesmo assim conseguiu acessar a pesquisa pois, logo após a fase de testes no formulário, um erro de programação, o qual passou despercebido por mim e pelo grupo de pesquisa, permitiu que ele respondesse as questões - as quais eram direcionadas apenas a profissionais que tem na música uma forma de remuneração.

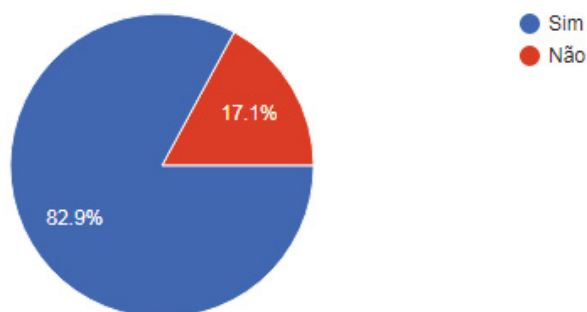
Este caso aconteceu no início da pesquisa e foi corrigido logo em seguida porque a pessoa em questão entrou em contato comigo e, devido ao fato de ela já ter um histórico na cena, embora não trabalhe com música, julguei que os dados não seriam corrompidos pelas suas respostas, caso contrário, teria realizado o questionário novamente. Por isso, há esta diferença de 131 participantes profissionais somados a este caso isolado, que para nosso entendimento não influenciou nos dados coletados por se tratar de um músico que, embora não exerça atividades remuneradas frequentemente, tem contato recorrente com a cena musical, totalizando então 132 participantes.

Embora houvesse um esforço e uma preocupação para averiguar a quantidade aproximada de músicos atuando na capital paranaense, este dado não foi possível de ser coletado devido a inexistência de órgãos que regulamentem o setor. Uma forma de se ter este número aproximado seria por meio da Ordem dos Músicos do Brasil, porém o órgão está inativo no Estado do Paraná. Há outras formas de se ter um número aproximado, com base em uma média ponderada levando em conta outras capitais brasileiras que possuem o órgão regulamentador, porém nos pareceu uma tentativa vaga e com uma demanda de energia desnecessária devido ao grau de imprecisão que este dado poderia sugerir. Por isso, não é possível estimar a porcentagem referente à presente amostra.

GRÁFICO 5 – PERGUNTA QUE DAVA ACESSO AO QUESTIONÁRIO<sup>108</sup>

Você é músico(a) residente em Curitiba e atua com remuneração (não necessariamente com vínculo empregatício) no cenário musical (bares, casas noturnas, teatros, etc) da cidade?

158 responses



FONTE: O autor (2020)

Além deste caso isolado com o músico amador que respondeu o questionário, foi percebido, ao passo que se averiguava as respostas chegando em tempo real pelo *smartphone*, mesmo com o anonimato dos participantes, a presença de um usuário aplicando *trolling*, isto é, um *troll* de internet. De acordo com Thiago Amorim Caminada *et al*, (CAMINADA;

<sup>108</sup> Aproximadamente, 83% das pessoas que tiveram acesso à pesquisa online são músicos que atuam com remuneração em Curitiba, totalizando 132 respostas.

SCHLINDWEIN; JOHN, 2016, p. 13-14), *trolls* são indivíduos que perturbam o bom andamento de uma comunidade virtual, por meio de postagens negativas, ou descontextualizadas e tendem a se proteger pelo anonimato (AMARAL, 2013, p. 457). Por causa da cultura participativa instalada nos sites de redes sociais, aquela onde o público pode interferir no conteúdo produzido por terceiros, esses ambientes se tornaram propícios para a prática do *trolling*<sup>109</sup>, que é um comportamento que envolve insultos e provocações em meio virtual, através de postagens públicas agressivas, irônicas, humoradas e até mesmo ameaças.

Quando foi optado por disponibilizar o questionário desta pesquisa em meio virtual, tinha-se a plena consciência da possibilidade de aparecer um *troll*, porém foi um risco aceitado devido às possibilidades de alcance que o meio *online* oferece. Além disso, no período em que o formulário esteve recebendo respostas, tive o cuidado de monitorá-las à medida em que chegavam, de modo que pudesse detectar um comportamento estranho, como foi o caso citado. Este usuário em questão, na parte quantitativa do questionário, marcou o extremo de todas as opções de alternativa, como por exemplo: “mais de 60 anos; pós-doutorado; mais de 20 anos (de atuação no mercado em Curitiba); “sim, no Brasil inteiro e em outros países também (locais em que se apresenta); mais de R\$1000,00 (como média de cachê por unidade de show em Curitiba); mais de 12 (como média de shows em Curitiba por mês); mais de 5 (sobre quantidade de projetos musicais em que atua); mais de 10000 pessoas (como número médio de público em Curitiba). Mais além, o usuário colocou respostas qualitativas como: “os cachês são muito bons, bem acima da média do restante do Brasil”, sobre os cachês na cidade; “perfeito” ao se referir sobre os relacionamentos entre bandas na capital, entre outros comentários sempre ironicamente extremos e sem nenhum complemento empírico para embasar o ponto de vista.

Assim sendo, desconsidere as respostas, o que, devido ao número de participantes do formulário ser superior a 100, não altera a porcentagem correspondente nos gráficos gerados com as respostas quantitativas. Mesmo assim, por conta desses dois casos, os valores quantitativos serão sempre considerados aproximados, com uma margem de erro de 1%.

Com relação aos dados qualitativos, houve uma superprodução. Se no questionário *online* fora deixado opcional para os usuários responderem as questões com textos descritivos, é porque não se esperava tanto engajamento. Das 30 questões, 22 tiveram a opção para complemento qualitativo. E, inesperadamente, a maior parte dos entrevistados contribuiu com muitos relatos, o que gerou mais dados do que essa pesquisa consegue comportar. Além disso, as entrevistas presenciais somaram aproximadamente cinco horas de duração, com mais ou

---

<sup>109</sup> O termo é emprestado do inglês e significa “lançar a isca”. O *troll* de internet é aquele usuário que busca reações de outros usuários por meio de provocações, normalmente com o intuito de se divertir.

menos 25 mil palavras transcritas. Há então, somado ao material utilizado no estudo anterior, uma quantidade exorbitante de dados qualitativos sobre a cena musical rock de Curitiba na atualidade.

A forma pela qual foi decidido tratar essa imensidão de dados, se consistiu primeiro em uma organização destes relatos por ordem de semelhança. Assim, os relatos foram agrupados em conjuntos de acordo com suas interseções. Por exemplo, na questão 18 do formulário, “sobre o cenário musical de Curitiba em 2018, há espaço para as bandas tocarem remuneradamente?”, as respostas foram separadas em um grupo com conotação positiva e em outro com conotação negativa. Em algumas questões houve a possibilidade de o entrevistado declarar neutralidade e, nestes casos, foi criado um terceiro grupo de respostas com a conotação neutra. Esta foi a forma pela qual se atenuou a dificuldade em lidar com esta superprodução de dados qualitativos. A escolha dos dados utilizados na pesquisa foi por ordem de relevância. Como não é possível, por limitação de tempo e espaço, trazer todos os dados levantados na coleta, optou-se por escolher apenas os mais relevantes, levando em conta a argumentação coerente do entrevistado.

### 6.3 BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DOS RESULTADOS

Acredita-se que os processos metodológicos empregados no estudo foram suficientes para responder à questão central do projeto da pesquisa. Este trabalho deu conta de prover dados atuais para comparação com o estudo anterior (MACAN, 2017) e, além disso, trouxe novas problemáticas para o tema. É possível então, antes de adentrar-se na massa de relatos coletados, apresentar uma prévia dos dados atuais seguindo a ordem de críticas levantadas a partir do acervo do programa Ciclojam, no estudo anterior (MACAN, 2017, p. 26).

Como já mostrado anteriormente, em Curitiba, durante os anos 1990 e início dos anos 2000, muitos músicos curitibanos denunciavam o amadorismo, o sucateamento dos locais de apresentação pela “falta de aparelhagem profissional”, cachês defasados, isolamento da cidade em relação ao resto do país, a falta de união entre a classe de músicos profissionais, a falta de engajamento do público, a dificuldade em ser independente de outras ocupações extramusicais, a desvalorização e preconceito com o que é da região, a descrença numa cena local, a excessiva oferta de grupos musicais e uma crítica recorrente à própria personalidade curitibana (MACAN, 2017, p. 26).

Os resultados da pesquisa *online* apresentam muitas semelhanças com os dados extraídos das sessões de entrevista retiradas do acervo do programa Ciclojam. De forma geral,



levando em conta a dimensão espacial da cena local e os indivíduos que a compõem, há muito mais dados que complementam o que foi apresentado no estudo anterior, do que informações discordantes. A maior exceção está, talvez, no novo comportamento estabelecido através da difusão de tecnologias de comunicação digital após a segunda metade dos anos 2000, que foram bem recebidas e incorporadas na dinâmica da cena. Porém, ainda assim, há uma descrença, acompanhada de uma dificuldade dos músicos em assimilar essas inovações.

## 6.4 ANÁLISE E DESCRIÇÃO DOS DADOS COLETADOS

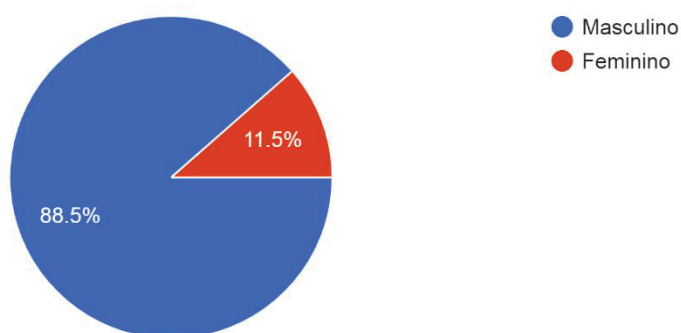
### 6.4.1 “Questões sobre você” – perguntas onde o tema principal é o indivíduo

A maioria dos entrevistados correspondem ao gênero masculino, foram 108 homens, totalizando 88,5% da amostra atingida no questionário *online*. Mulheres somam 14 participantes e correspondem a 11,5% do total. Dez pessoas, o que corresponde a 7,5% dos participantes efetivos, isto é, aqueles que são músicos ativos na cidade, não responderam esta questão.

GRÁFICO 6 – DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO DOS MÚSICOS

Qual seu gênero?

122 responses



FONTE: O autor (2020)

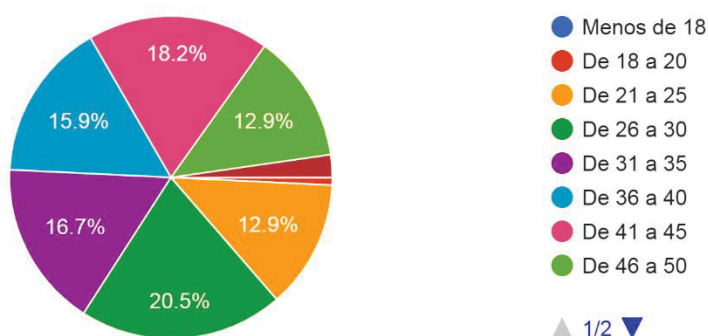
Mais da metade da amostra de pessoas no questionário *online* possui mais de 31 anos de idade, o que corresponde a 65,8% dos músicos curitibanos entrevistados. Apenas um participante da pesquisa possuía de 18 a 20 anos de idade, 0,8% do todo. Jovens de 21 a 25 anos de idade correspondem a 12,9% das pessoas; músicos de 26 a 30 somam 27 participantes,

indicando 20,5% dos entrevistados; pessoas de 31 anos a 35, são 16,7% da amostra e totalizam 22 indivíduos; 21 pessoas estão na faixa etária de 35 a 40 anos, sendo 15,9% do total; foram 24 pessoas de 41 anos a 45, o que significa 18,2% da amostra; 17 músicos possuem de 46 a 50 anos de idade, correspondendo a 12,9% do total atingido; os restantes estão entre os 50 e 60 anos e foram 3 indivíduos, totalizando 2,3% das pessoas.

GRÁFICO 7 – DISTRIBUIÇÃO POR FAIXA ETÁRIA DOS MÚSICOS ATUANTES EM CURITIBA.

### Qual sua idade?

132 responses



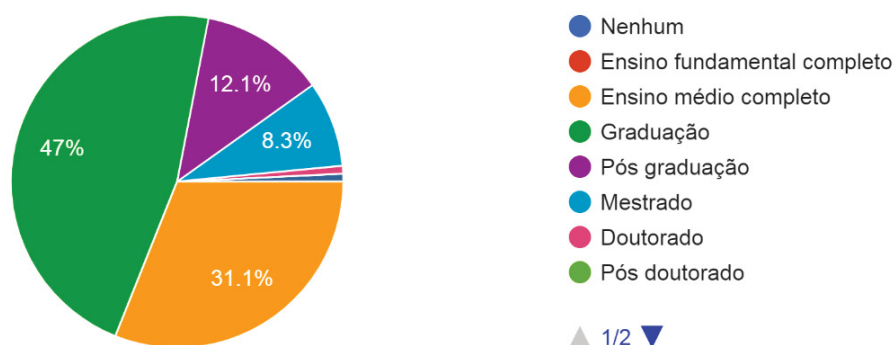
FONTE: O autor (2020)

Nenhum dos entrevistados declarou não ter escolaridade ou apenas ensino fundamental completo. A maior parte dos músicos atingidos pelo questionário *online* possui nível de ensino acima da graduação. 28 entrevistados estão cursando, ou já concluíram alguma pós-graduação (12,1%), ou mestrado (8,3%), ou doutorado (0,8%). 47% dos músicos, ou seja, 62 pessoas que responderam à pesquisa possuem graduação. O restante dos 41 indivíduos soma 31,1% com ensino médio completo.

GRÁFICO 8 – DISTRIBUIÇÃO POR ESCOLARIDADE DOS MÚSICOS ATUANTES EM CURITIBA

## Qual seu nível de escolaridade?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

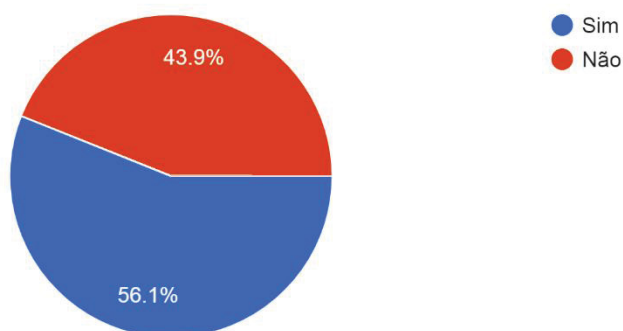
Ao serem convidados a compartilhar suas formações escolares ou acadêmicas, 63 pessoas (47,7%) responderam. Com base nessa amostra, identificou-se que a formação dos músicos atuantes em Curitiba é muito variada. Grande parte deles possui formação na área musical, como: Musicoterapia, Bacharelado em Produção Sonora, Mestrado em Música, Composição, Licenciatura, Bacharelado em Música Popular, Educação Musical, Violão Clássico, Harmonia, Musicologia Histórica, entre outros. Existe também uma faixa considerável de pessoas com formação em outras áreas, como: Administração, Gestão Financeira, Gestão Comercial, Produção Audiovisual, Estudos Sociais, Filosofia, Produção Multimídia, Bacharelado em História, Direito, Redes de Computadores e Infraestrutura, Eletrônica, Design Gráfico, Biomedicina, Tecnologia e Informação, Geologia, Gestão Pública, Biologia, Farmácia, Ciência da Computação, Edificações, Letras, Publicidade, Psicologia, Economia, entre outras. Foi comum, nesta etapa qualitativa, identificar músicos com mais de uma graduação, normalmente sendo uma na área de música e outra em diferentes áreas de conhecimento.

Para 74 pessoas (56,1%), pouco mais da metade dos músicos entrevistados, a principal fonte de renda está atrelada a atividades que envolvem música. 43,9%, o que indica 58 pessoas, não têm a música como principal fonte de renda, mas ainda assim se apresentam com remuneração no cenário musical de Curitiba.

GRÁFICO 9 – PARTICIPAÇÃO DA ATUAÇÃO NO CENÁRIO NA RENDA DOS MÚSICOS<sup>110</sup>

## A música é sua principal fonte de renda?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Os dados qualitativos, coletados a partir de 46 respostas atrelados a esta questão, indicam que existem indivíduos que utilizam a profissão de músico como complemento de renda ao mesmo tempo que têm em outras áreas de atuação sua principal fonte de remuneração, como nos exemplifica o relato: “a música faz parte da minha renda. Sou freelancer, não tenho emprego fixo. Mas gostaria que a música fosse meu trabalho principal. Infelizmente ainda não consigo me sustentar apenas cantando”.

Dos indivíduos que trabalham exclusivamente com a atividade musical, destaca-se o frequente envolvimento com ensino musical: “vivo exclusivamente de música, aulas e shows”; “minha maior fonte de renda são as aulas que eu dou de violão, guitarra e teclado.”; “mudei para Curitiba em 2011 para cursar a faculdade. Desde 2012, música era o plano B e não atuava na cena. Em 2016, com o mercado brasileiro em crise, e a minha área de formação praticamente congelada, tive a oportunidade de montar a banda que estou hoje e que virou meu plano A. Desde a remuneração com shows cover para sustento até o investimento pesado em som autoral”. Manoel Neto (informação verbal) comenta justamente o agravante da crise econômica no Brasil, “quem perdeu emprego e sabe tocar, está disputando esse espaço também”. Dessas pessoas que, mesmo trabalhando com apresentações musicais, desempenham também outras funções na área, destaca-se ocupações como: professor(a), técnico(a) de som, produtor(a)

<sup>110</sup> 56,1% dos músicos entrevistados tem sua principal fonte de renda através de atividades musicais no circuito de entretenimento (bares, pubs, teatros, casas noturnas, concertos, etc.) em Curitiba.

musical, arranjador(a), compositor(a), músico(a) de estúdio, editor(a), locutor(a), produtor(a) cultural, locador(a) de equipamentos para shows, musicoterapeuta, etc.

Zé Rodrigo, em conversa gravada para esta pesquisa (informação verbal), comenta:

Dá pra viver de música em Curitiba. Eu vivo de música há 25 anos. É a minha profissão mesmo. Eu parei de trabalhar com outras coisas, parei de dar aula de inglês em 2003. A *Soulution*<sup>111</sup> começou em 99. De 99 a 2003. Eu parei em 2003 porque eu ganhava mais dinheiro com música. Desde então eu nunca tive outra empresa. Eu nunca tive outro emprego. E eu não tenho outra atividade que não seja cantar. A minha atividade não é cantar né, minha atividade é vender. Mas nunca tive outras atividades em 25 anos de trabalho [...] eu tenho certeza que todos meus amigos músicos, se pudessem faziam só música, mas não podem. [...] Também tem essa questão. Deu pra viver até há três ou quatro anos atrás. De ter onde morar, ter um carro, fazer uma viagem pra fora, tocar fora, o que não conta, porque fora você ganha dinheiro. Agora, ultimamente, tá muito difícil fazer isso, mas que dá, dá. Você também não consegue ter um nível de vida muito alto. Mas se você se conformar que a vida tem que ser uma coisa legal, positiva, divertida e não é ‘*about the money*’ só, super dá pra viver de música sim.

Dos entrevistados que não possuem as apresentações musicais como fonte principal de renda, destacam-se os relatos: “já tentei ter a música como minha principal fonte de renda e não fui muito feliz em Curitiba, hoje atuo somente na minha área de formação. Talvez algum dia eu volte a tentar a ter a música como fonte principal de renda”; “professor de inglês, música só não dá, e tem que ser *cover*”; “com o cenário musical curitibano, é pouco provável conseguir se manter com a música, especialmente se for rock”.

Cyro Ridal, em entrevista para este estudo, sobre a década de 1990 e início dos anos 2000, época em que produziu o programa de rádio Ciclojam, relata que músico em Curitiba (informação verbal):

[...] é uma profissão, só que tem que tocar *cover*. [...] Se você encarar a música como profissão, você tem que viver disso. Mas você tem que ir tocar em lugares. [...] Normalmente as pessoas tinham isso e tinham uma atividade paralela. Isso era difícil até para os músicos, que tinha que trabalhar durante o dia e a noite tocar e ensaiar. Então banda, de verdade, tinha que ser um negócio.

Alvaro Ramos, complementa esta ideia explicando que mesmo atualmente: “é muito difícil aquele artista de banda que só tenha a banda. Normalmente ele é profissional liberal que trabalha em outra coisa e daí tem a banda como um *hobby*, um prazer, é ali que ele se realiza, mas ele não pode viver daquilo” (informação verbal).

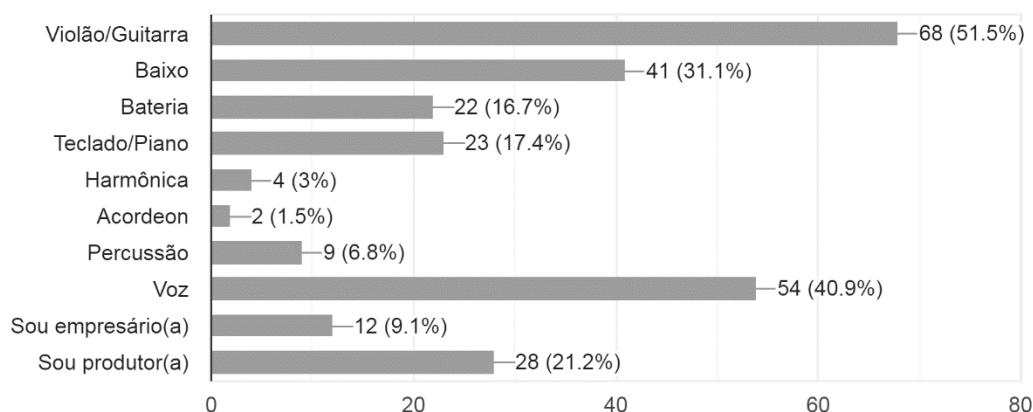
<sup>111</sup> *Soulution Orchestra* é um conjunto musical fundado em 1999 pelo cantor e empreendedor Zé Rodrigo em conjunto com demais músicos do Colégio Bagozzi.

Mais da metade dos entrevistados, 51,5%, tocam violão ou guitarra. 40,9% responderam que são vocalistas. Seguindo a ordem de respostas quantitativas, os instrumentos que seguem são o baixo (31,1%), teclado ou piano (17,4%) e bateria (16,7%). 28 pessoas, isto é, 21,2% dos entrevistados responderam que também desempenham a função de produtor musical, além de tocar um instrumento. 9,1%, respondeu que também realizando a função de empresário, ou seja, atuam na venda de shows.

GRÁFICO 10 – INSTRUMENTOS MUSICAIS MAIS TOCADOS PELOS MÚSICOS EM CURITIBA.

### Qual sua função/ qual instrumento você toca? (Mais de uma alternativa disponível)

132 respostas



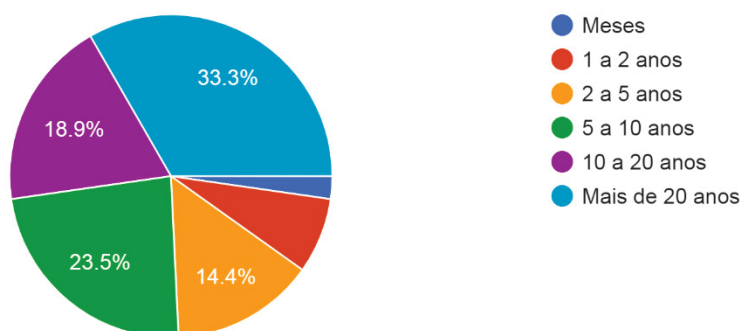
FONTE: O autor (2020)

Um fator interessante coletado na etapa quantitativa foi que 52,2% da amostra, pouco mais da metade dos entrevistados, atuam em Curitiba por mais de dez anos. Um terço (33,3%) dos participantes estão atuando no cenário musical curitibano há mais de 20 anos. 18,9%, trabalham com música na capital paranaense entre 10 e 20 anos. Os que atuam de 5 a 10 anos totalizam 23,5%. 14,4% estão no cenário musical da cidade entre 2 e 5 anos. Os que trabalham na área entre 1 e 2 anos, correspondem a 7,6% do total. Apenas 2,3% dos entrevistados ainda não completaram um ano atuando com música em Curitiba.

GRÁFICO 11 - DISTRIBUIÇÃO DO TEMPO MÉDIO DE ATUAÇÃO DOS MÚSICOS EM CURITIBA

### Há quanto tempo atua no cenário musical de Curitiba?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Vinte pessoas responderam qualitativamente e, no geral, compartilharam as idades em que começaram a atuar. A maioria dos que responderam comenta que iniciaram seus trabalhos com música ainda na infância ou na adolescência, por *hobby*, e que tornaram isso profissão com o passar do tempo: “comecei a tocar pela cidade quando tinha 15 anos, desde então foram muitos meses tocando por quase nenhum cachê. Depois de alguns anos já com alguma experiência começamos a negociar cachês com mais consistência”; “desde criança fazia apresentações musicais com o coral e era remunerada por isso”; “comecei aos 14 anos. Tenho 47”.

Sobre esta questão, Zé Rodrigo comenta brevemente a sua trajetória (informação verbal):

Um dia, com 14 anos de idade eu fui no parque Barigüi, estava tocando Patrulha do Espaço e Blindagem. A hora que o Ivo Rodrigues abriu a boca eu falei ‘cara, será que eu consigo fazer isso da vida?’ Porque eu nunca tinha visto uma banda ao vivo né? Eu via o Queen, o Kiss na televisão e eu era um piaçã. Com 14 anos, na minha época, se jogava bola com o uniforme na rua, gol a gol, você não tinha acesso à informação, não existia *Youtube*, internet, nada disso. Então eu vi o Blindagem, aí eu falei ‘puts, eu queria ser isso, né’. Aí eu passei a levar de uma forma mais a sério. É o *mindset* né? O que importa é sempre o *mindset*. Aonde você quer chegar. E não é o caminho, mas a cabeça que você tem pra realizar aquele caminho que é o mais importante. Então meu *mindset* mudou. Eu era *office boy* com 14 anos e eu guardava grana. Minha mãe conta até hoje que o primeiro salário eu gastei com pratos. Eu comprei dois pratos com meu salário todo. Todo meu salário foi pro negócio. [...] e aí na época, tinha uma efervescência muito grande, porque nós tínhamos coisas que estão faltando hoje: Festival de música do Positivo; Festival de música do Dom Bosco. O Palavra Viva e o Música Viva do Positivo eram onde a gente se encontrava com 15 anos de idade. As pessoas tinham lá 35 bandas nas escolas [...] aí eu chegava lá e estava o Diogo Portugal, o Rogério Cordoni, o Amandio, pessoas que são tão elogiadas na área da música eu conheci lá. Pessoas que não se conheciam, se conheciam tocando uns com



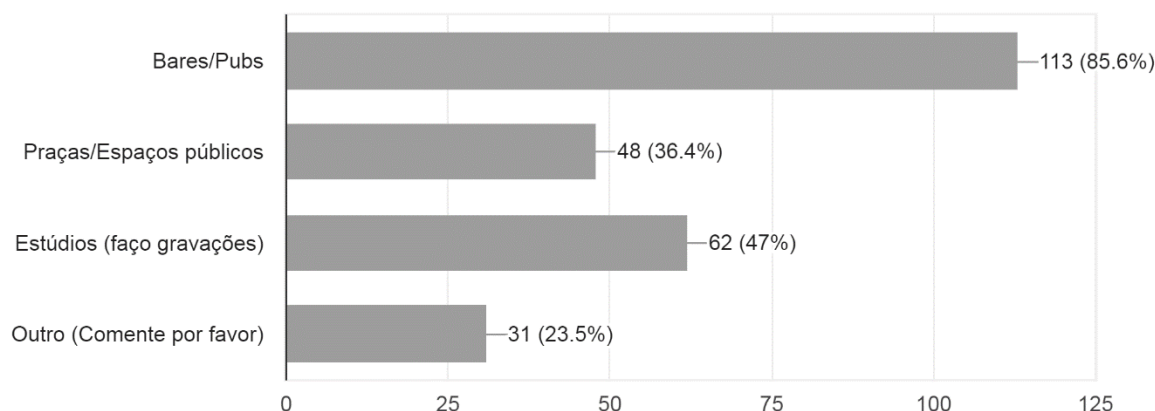
os outros e tal, essa interação é uma das coisas que faltam hoje e que na época existia. Então com 15 anos eu já tinha uma banda com pessoas que eu nunca tinha visto na vida, o que é uma coisa que é um dos problemas de hoje. O *Youtube* te dá a condição de tocar um instrumento bem, mas a condição de chegar lá é a mesma, você tem que se relacionar com as pessoas, é o difícil. E aí eu fui indo. Aí surgiram umas outras oportunidades. Surgiu o Paulo Hilário Bonametti, baixista e fundador dos Metralhas. Os Metralhas eram a banda mais importante dos anos 60 no Brasil e eles tiveram um hiato. Em 89, mais ou menos, eles resolveram voltar. E o Paulo Hilário, que era um músico reconhecido, compositor, é um dos ícones da nossa música. O filho dele tinha minha idade na época, 14 anos, 15. E ele queria montar uma banda pro filho dele, porque ele podia ajudar a colocar em gravadoras e tal. Coisa muito diferente de hoje também. Você tinha que realmente conhecer as pessoas pra chegar nessas gravadoras. Então com 17 anos eu entrei numa banda, se chamava 'Sem Censura'. Aí gravei meu primeiro disco, na época não se gravava afinal, tanto que era um vinil com uma música de cada lado, era caríssimo. [...] E aí comecei a sentir, foi capa da 'Viver Bem' [...] porque as pessoas não gravavam discos. Então eu tive uma trajetória de estar no lugar certo na época certa mesmo. E aí foi indo, eu fui sempre trabalhando com música, conhecendo gente, inovar, mas sempre tentando empreender alguma coisa, sempre tive esse espírito. É aquilo que eu falo. Sabe quantos cantores que eu conheço que são melhores do que eu? Todos. Eu aprendi a vender. [...] Eu ia ver né, o Rodrigo Vivazs, por exemplo, que hoje é meu irmão. Eu ia ver o Gypsy Dream quando começou, eu era fã. Eu não achava que poderia estar no meio deles. [...] Isso na verdade me levou ao processo, tanto que, depois do 'Sem Censura', eu era baterista [...] a banda deu certo durante um bom tempo e daí acabou, se separou e aí o Paulo Hilário me convidou pra tocar nos Metralhas quando eu tinha 20 e poucos anos. Aí mudou completamente minha vida. Eu entrei numa banda que todo mundo conhecia. Meu pai, quando eu contei na mesa, que ia tocar nos Metralhas, ele achou que eu estava brincando. Então aí mudou muito mesmo. Aí eu entrei no mercado profissional mesmo, de fazer 10 shows por mês, com cachê, andar de van, então eu pensava 'como que o cara manda uma van te buscar em casa, sou muito importante' (risos). Eu fui entender melhor o mercado, as oportunidades, fui entender melhor o processo, tudo. Fiquei nos Metralhas 5, 6 ou 7 anos assim. [...] em 1999 eu dava aula de inglês em uma escola aqui e Curitiba, o Colégio Bagozzi, eu dava aula de inglês para cursinho. E a galera da fanfarra da escola, eles tocavam sopros e eles gostavam de soul e jazz, essas coisas. Eles me procuraram 'você não é músico?'. Eu falei 'eu toco bateria e canto'. [...] aí a gente fez o primeiro ensaio, tem uma história longa, mas isso virou a *Soulution Orchestra*, que é a minha banda que faz 20 anos agora em 2019. 2500 shows. 14 discos gravados. Duas vezes no Jô Soares, Fasutão, Via Funchal, festival de Rio das Ostras, Festival de Buzios, de Jazz, Gramado, todos os festivais de jazz do Brasil.

Dos entrevistados na pesquisa *online*, 85,6% atuam principalmente em bares ou *pubs*; 47% dos músicos declararam que também atuam em estúdios; 36,4% relataram que já se apresentaram em praças e espaços públicos. 23,5% da amostra da pesquisa comentou já ter atuado em outros locais. Desses outros, 63 entrevistados complementaram na seção qualitativa com os seguintes espaços: teatros; trio elétrico; porão; terraço; casas de show; chácaras; restaurantes; moto clubes; cinema; lanchonetes; hamburguerias; boates; prostíbulos; universidades; clubes; calçadas; cafês; capela; cervejaria; estádios; auditórios; parques; festas particulares; sociedades; espaços de *co-working*; etc.

GRÁFICO 12 – ESPAÇOS UTILIZADOS PARA APRESENTAÇÕES MUSICAIS NA CIDADE DE CURITIBA

### Quais locais costuma se apresentar na cidade de Curitiba? (Mais de uma alternativa disponível)

132 responses



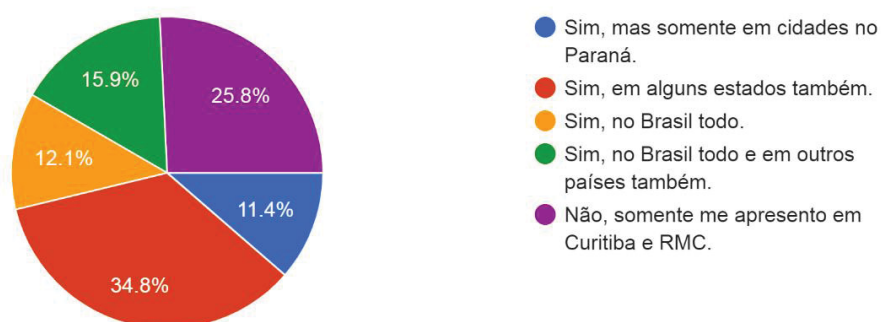
FONTE: O autor (2020)

Ao perguntar se os músicos de Curitiba costumam atuar em outras cidades, 25,8% respondeu que atua somente na capital paranaense; aproximadamente 11% indicou que atua ou já atuou somente no Estado do Paraná; os músicos que já atuaram em outras cidades e em alguns estados, totalizam 34,8%; músicos que já estiveram em todas as regiões do Brasil somam 12.1%; aproximadamente 16% atua ou já atuou no Brasil e também em outros países.

GRÁFICO 13 – REGIÕES EM QUE OS MÚSICOS CURITIBANOS SE APRESENTAM OU JÁ SE APRESENTARAM

### Você costuma tocar em outras cidades além de Curitiba?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Na seção qualitativa desta pergunta, 42 participantes compartilharam suas experiências nos mais diversos locais. Alguns músicos contaram que já se apresentaram ao redor do mundo, em todos continentes, porém a maioria relata que não é comum shows fora de Curitiba, embora já tenham se apresentado em outros estados. Um dado interessante é que grande parte dos músicos na seção qualitativa comentou que, quando acontecem viagens, elas acontecem mais frequentemente para o estado de Santa Catarina, em especial cidades como Joinville, Itajaí, Blumenau e Balneário Camboriú, que estão no leste deste estado.

Muitos comentários apontam “intercâmbios” entre grupos musicais para viabilizar a ocorrência de viagens, isto é, duas bandas ou mais acordam viagens em conjunto, dividindo hospedagem e transporte a fim de baratear o custo das apresentações para o contratante. Algumas casas noturnas contratam os dois grupos musicais para se apresentar no mesmo dia, ou ainda, duas casas diferentes, em cidades próximas, geralmente no interior de um estado, agendam datas com esses conjuntos em dias alternados. Assim, em dado dia, o grupo “a” se apresenta na cidade “x” enquanto o grupo “b” se apresenta na cidade “y”, para no dia seguinte trocarem os locais de apresentação, por exemplo.

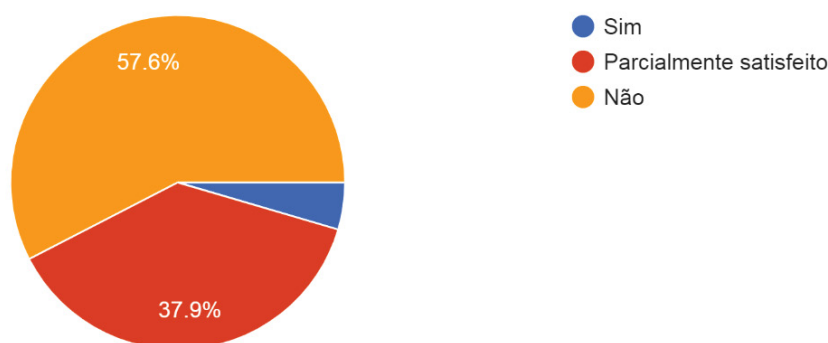
#### 6.4.2 “Sobre tocar em Curitiba” – questões em que o tema principal são os espaços da cidade

Sobre o nível de satisfação em relação aos festivais promovidos na cidade, 57,6% dos participantes declarou que estão insatisfeitos com a promoção desses eventos na capital paranaense. Aproximadamente 38% das pessoas está parcialmente satisfeito com os festivais. O restante, 4,5% comentou estar satisfeito com esses eventos promovidos em Curitiba.

GRÁFICO 14 – SATISFAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE MÚSICA COM OS EVENTOS PÚBLICOS E FESTIVAIS PROMOVIDOS EM CURITIBA.

Você está satisfeito(a) com os festivais promovidos na cidade e a disponibilização de espaço público para o artista se apresentar?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Os comentários na seção qualitativa somaram 41 participações e apresentaram, no geral, muito mais queixas do que elogios. As pessoas relataram, por exemplo, que existem poucos festivais em Curitiba e que são “parcialmente burocráticos”, o que desestimula a participação dos grupos musicais. Mais além, alguns relatos dos músicos que responderam à pesquisa ilustram melhor as críticas relacionadas a eventos e utilização de espaços públicos:

Os festivais e eventos promovidos pela Fundação Cultural de Curitiba são poucos e quase sempre envolvendo as mesmas bandas da ‘panela’. Nas ruas, artistas independentes estão sendo tocados pela polícia e está cada vez mais difícil ser músico de rua.

Confesso que estou um pouco afastado da cena musical, muito por conta das frustrações de manter uma banda autoral na cidade. Era extremamente difícil conseguirmos shows remunerados, tomamos alguns valores em cachês grandes. Ganhamos alguns festivais, mas nada estancou o prejuízo que tínhamos ao tocar que acabava por superar qualquer renda que tivéssemos.

Estamos vendo se alastrar uma onda de restrições para músicos em espaços públicos, isso me incomoda bastante. Acho que deveriam haver mais festivais, mas que partissem da iniciativa das próprias bandas que deveriam se unir mais.

Falta incentivo, falta segurança e estrutura, faltam profissionais qualificados para cuidar de equipamentos de som, e, desde que o G<sup>112</sup> voltou a ser prefeito, até mesmo músicos com autorização para se apresentar em local público têm sido proibidos. Festivais, assim como editais costumam privilegiar artistas que já possuem algum espaço conquistado, poucas iniciativas promovem o crescimento de novos artistas.

<sup>112</sup> Optou-se por subtrair qualquer nome de político para evitar possíveis censuras ao trabalho.

Com experiência em Lei de Incentivo, o ciclo é sempre muito longo, a realidade é que é quase impossível executar um projeto em menos de dois anos. com isso, a própria proposta artística perde seu ‘momento’ e isso atrapalha bastante a dinâmica. Fora da lei de incentivo é praticamente impossível levar adiante projetos que envolvem pesquisa. Evito me lançar mais diretamente na rotina de performer profissional justamente por não considerar justo os cachês praticados na cidade. Músico tem dificuldade de sobreviver em Curitiba como performer.

Os eventos são destinados a poucos participantes escolhidos de dentro de grupos do qual é impossível entrar.

Sem fomento algum ao cenário musical curitibano. O que não faz parte do Conservatório de MPB, é *outsider*.

A verdade é que nos restam bem poucos lugares para shows, falta apoio e consumo de música regional. Mas seguimos na luta.

Curadoria é feita por diretores de *marketing* e não por pessoas da área musical.

Outro dado percebido nesta seção é que alguns entrevistados não souberam opinar, declaram não ter conhecimento o suficiente sobre festivais ou sobre como participar deles. Alguns músicos emitiram opiniões que discordam das apresentadas anteriormente, como por exemplo: “no cenário do *blues* isso está melhorando. Cada ano mais festivais e mais procura por bandas deste estilo em eventos – apesar do cachê estar ultra defasado”; “não responsabilizo as instituições”; “poucas são as pessoas que incentivam a cena ‘cultural’ (autoral) em Curitiba. Há espaço para muita promoção e incentivo à música local, uma vez que esse *gap* se faz tão grande na região”; “não tenho nenhum tipo de reclamação. Pelo menos comigo sempre as portas se abriram naturalmente. Sou músico profissional há 30 anos”. Alvaro Ramos, comenta (informação verbal):

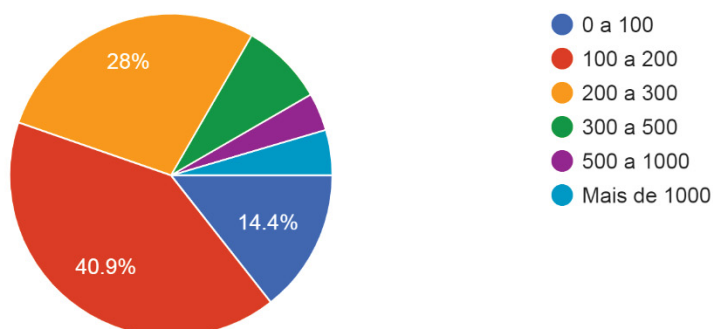
Por exemplo, São Paulo é muito dependente das redes SESC. [...] Que levam os artistas e ocupam aqueles espaços com editais com cachê. Se não fosse o SESC, ia ter um grande contingente desse terceiro escalão que iam estar completamente órfãos, sem nenhum tipo de amparo. É uma dificuldade grande de ser artista.

Em geral, o músico em Curitiba recebe por cachê, isto é, uma quantia em dinheiro correspondente às horas trabalhadas em função da apresentação. Não há um salário nem um vínculo empregatício com locais de apresentação. A maior parte dos músicos entrevistados, 55,3%, recebe de 0 a 200 Reais por apresentação. 14,4% recebe de 0 a 100 Reais por show; 40,9% relatou estar recebendo entre 100 e 200 Reais; 28% dos entrevistados comentou receber de 200 a 300 Reais por apresentação; dos entrevistados, 8,3% disse receber entre R\$300,00 a R\$500,00; 3,8% apontou receber cachês entre 500 e mil Reais; 4,5% disse que recebe mais de mil reais por apresentação única.

GRÁFICO 15 – MÉDIA DE CACHÊS RECEBIDOS INDIVIDUALMENTE

### Qual sua média de cachê individual (por cada show que faz) na cidade de Curitiba?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Nesta seção, 55 pessoas contribuíram com respostas qualitativas. A maioria desses comentários foram queixas, críticas e denúncias sobre o cachê médio praticado em Curitiba. Com exceção daquele caso isolado comentado anteriormente, não houveram opiniões favoráveis ou que elogiasssem a quantia média recebida na capital.

Alguns músicos emitiram opiniões neutras e reiteraram que a média de cachês está entre R\$150,00 a R\$300,00 por apresentação.

Creio que quando se tem um trabalho sólido e um trabalho contínuo, naturalmente os cachês sobem. Claro que quando comecei, nos anos 80, os cachês eram menores, porém com o passar do tempo, não só eu como meus companheiros de banda, começaram a receber cachês melhores. mas tudo isso é uma construção que leva tempo. É preciso antes de mais nada, ser respeitado em seu meio, pelo público que o acompanha e pelos donos de bares e casas de shows;

Varia muito. Na verdade, entre 150 e 300 reais;

Sabe como é, depende da casa e do dono/gerente. Tem lugar que paga bem e dá comida e consumação independente do movimento, tem lugar que combina cachê, mas quando dá pouco movimento quer pagar menos, tem de tudo;

Os cachês variam muito. Cachê fechado, geralmente pagam para banda. Minha banda tem seis músicos. Geralmente quando contratam a banda a primeira vez, pagam apenas \$600 reais (dando em média 100 por músico). Geralmente varia entre R\$100 a R\$200 por músico na banda (com seis integrantes, pois eles contratam a banda e não por músico). Quando nós produzimos nossas festas e eventos, acaba dando mais lucro, mas por conta da produção, mas obviamente se tem mais gastos e mais trabalho. Eventos fechados geralmente pagam mais que os bares;

Depende muito do estabelecimento, na minha banda não pensamos somente na nossa realidade, mas na realidade de cada estabelecimento também;

Poderia ser melhor, mas está na média dos outros lugares.

A maior parte dos comentários na seção qualitativa expôs críticas e também denunciou práticas abusivas com relação ao valor do cachê médio na cidade.

Em 1997 eu recebia R\$ 150,00 de cachê, ou seja, o valor real do cachê diminuiu muito;

Não dá pra depender financeiramente desses caches, pagam pouco pelo trabalho que dá;

Na média estão com mesmo valor há mais de 10 anos;

Tem uns 10 anos que é entre 100 e 150;

A maioria dos lugares não se interessam a pagar um cachê mínimo. Sempre reclamam que tá muito caro. Mas não sabem de todo o trabalho que o músico tem, o investimento nos equipamentos para produzir um som de qualidade, o trabalho de montar e desmontar tudo, a preparação do show como ensaios, repertórios customizados, o transporte dos equipamentos além de tocar por duas, três horas as vezes sem intervalo. Querem pagar uma miséria com a expectativa de receber um show de qualidade. E o músico que vive disso, pra não perder qualquer dinheiro muito necessitado (porque já é difícil fechar shows) ainda negocia abaixo do mínimo e toca praticamente de graça. Uma vez que dá desconto, sempre querem o desconto. E ainda esperam o mesmo desconto dos outros músicos porque ‘conseguem o fulano que faz por menos’. Certamente se o cliente do bar tentasse negociar o preço que quer pagar da cerveja, o bar não ia se render. Acho importantes todos os músicos se juntarem para estabelecer um mínimo justo, para valorizar o trabalho e para ninguém sair perdendo por causa de ‘fulano que faz por menos’;

Os cachês não sobem há muito tempo. Tudo subiu. Comida, combustível, luz, moradia, mas os nossos ganhos não são regularizados;

Estamos vivendo um momento difícil para o músico. Um valor justo e decente de cachê para um músico profissional pagar todas suas despesas para viver (aluguel, moradia, contas, plano de saúde, previdência, INSS, escola dos filhos, depreciação do equipamento, gastos com ensaio, etc.) deveria ser na faixa dos R\$500. Mas muitas bandas iniciantes cobram até 300 a 500 por banda de cinco pessoas, o que quebra completamente o mercado. A classe musical precisa de um órgão fiscalizador efetivo para se amparar, pois não temos um cachê mínimo legalmente instituído, como existe piso salarial para outras profissões, por exemplo. Também há o agravante de que músicos *hobbistas* (não profissionais) não se importam tanto em tocar com cachês menores, pois não dependem disso para sobreviver.

Alguns músicos denunciaram neste estudo a existência de um cartel de bares que congelou a quantia média do cachê praticado na cidade, como já colocado anteriormente por Manoel Neto, em entrevista para este estudo. Em conversa gravada para esta pesquisa, o músico e empreendedor Zé Rodrigo criticou o ambiente musical de Curitiba quando exposto por mim que ainda é tabu falar em cachês de músicos na cidade. Nesta ocasião, relatei que, na etnografia para esta pesquisa, havia notado que os músicos sentem vergonha de revelar quanto ganham,



ao que ele responde: “exatamente! Porque não existe um *environment*<sup>113</sup>. Porque não existe um mercado profissional. Acho que esse é um grande defeito do mercado curitibano. Não são as pessoas, não é a música. O grande defeito do mercado curitibano é o ambiente não profissional”. Zé Rodrigo corrobora uma ideia exposta na maioria dos comentários dos entrevistados na pesquisa *online* (informação verbal):

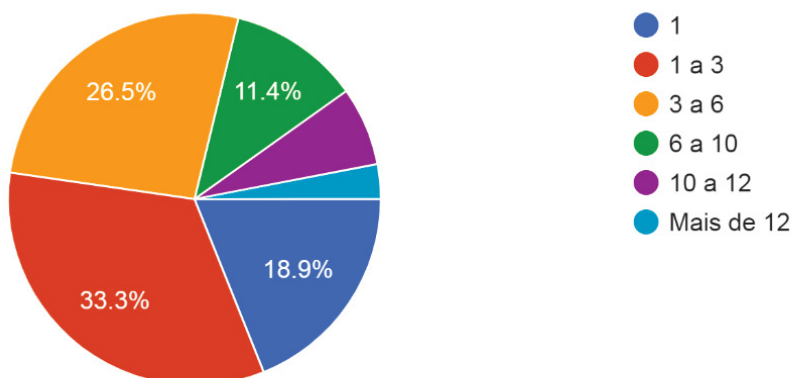
Os donos de bar não são obrigados a pagar ninguém bem. Eles são obrigados a seguir uma lógica que existe no mercado. Se o mercado começar a cobrar mais caro, eles vão ter que pagar. E não vão chiar, porque nenhum dono de bar aqui de Curitiba é contra os músicos. Só que aí ele mesmo vai poder levar artistas maiores. [...] É o que eu digo, eu cobro caro pra tocar em bar. Mas o que acontece? Enche. Porque eu tenho uma rede de pessoas que gostam do meu trabalho. E eu gasto dinheiro junto com o bar para levar as pessoas lá. Então é diferente? É diferente sim. Mas eu nunca consegui passar isso pra frente porque não existem pessoas que estão sequer dispostas a ouvir o que eu tenho pra dizer neste sentido.

Aproximadamente um quinto dos entrevistados, 18,9%, faz em média um único show por mês em Curitiba; 33,3% dos músicos fazem de uma a três apresentações mensais na cidade; 26,5% fazem de três a seis concertos a cada mês; 11,4% atuam de seis a dez vezes neste mesmo período de tempo; 6,8% fazem de 10 a 12 apresentações; 3% se apresentam mais de 12 vezes em um único mês.

GRÁFICO 16 – MÉDIA DE QUANTIDADE DE APRESENTAÇÕES POR MÚSICO EM UM ÚNICO MÊS NA CAPITAL PARANAENSE

### Quantos shows em média você faz por mês em Curitiba?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

<sup>113</sup> Do inglês, “ambiente”.

Dos 35 participantes que deixaram observações na seção qualitativa, vários comentam que é comum um único músico estar em vários projetos para conseguir preencher a agenda: “faço de um a três pois tenho mais de uma banda”; “tento ganhar na quantidade para ter um bom volume de faturamento”. Além disso, alguns que dependem de apresentações musicais como fonte de renda, ressaltam a importância em sair de Curitiba: “minhas bandas tocam de oito a 15 vezes por mês, mas nunca com toda a agenda em Curitiba”; “tocamos em média de quatro a oito vezes no mês, mas de rotina em Curitiba só tocamos no Blood e no Seba’s, normalmente um mês em cada casa”. A falta de continuidade de alguns projetos também é exemplificada por este relato: “depende da época e do projeto apresentado. Já chegou a 12 vezes por mês, mas existem meses em que não há trabalho”.

Alguns músicos fizeram algumas queixas sobre a atual esporadicidade das apresentações na cidade, como ilustra o comentário: “esse ano diminuiu muito. Mas até ano passado era pelo menos o dobro”. Além disso, nesta questão surgiram reflexões sobre quantidade *versus* qualidade das apresentações e dos projetos:

Quando tocava *cover* eram bem mais frequentes as apresentações, e também maiores os cachês. Depois de um tempo fui procurando outras fontes de renda com a música e preferindo tocar apenas em condições melhores, escolhendo me envolver apenas com músicas autorais que gosto, pois o sentido inicial estava sendo trocado pela busca de dinheiro, com isso cheguei a ficar muito tempo sem tocar;

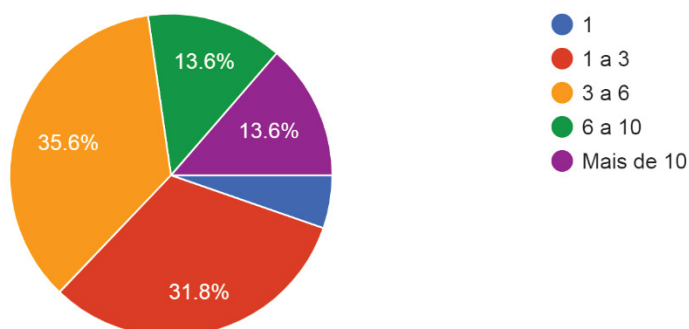
Tento equilibrar cachê com qualidade de som, então não toco muito. Também percebi muita panela em locais e entre músicos.

Fora perguntado aos participantes em quantos locais diferentes eles costumavam a se apresentar em Curitiba, ou seja, quais locais de show eles costumam atuar na cidade. 5,3% dos entrevistados costuma se apresentar em apenas um local; 31,8% dos participantes se apresenta em até três locais; 35,6% dos indivíduos disseram que atuam em até seis lugares; 13,6% comentou que atua em até 10 locais diferentes em Curitiba; outros 13,6% relatam que se costumam se apresentar em mais de 10 espaços.

GRÁFICO 17 – QUANTIDADE MÉDIA DE LOCAIS DE APRESENTAÇÃO EM UM ÚNICO MÊS

Em quantos locais diferentes costuma se apresentar em Curitiba (pense nos locais de show nos últimos 12 meses)?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Cinquenta e sete pessoas contribuíram com nomes de locais em que já se apresentaram na cidade. Esta questão foi muito importante porque ajudou a elaborar um mapa com um recorte dos locais de apresentação musical em Curitiba. Primeiramente foram catalogados 147 espaços no total, sem fazer distinção por gênero musical, em que se faz música ao vivo na capital paranaense. A lista em ordem alfabética pode ser acessada através do *link* ou do QR code a seguir. Mais além se aplicou um filtro nesses locais para gerar um mapa especificamente da cena musical rock de Curitiba, que é objeto principal deste estudo, o que será discutido mais à frente em outra seção.

Os músicos também qualificaram os equipamentos técnicos presentes nestes locais de apresentação. Quase metade dos participantes, 49,2% os classificou como regulares; 30,3% como bons; 15,2% comentaram que os equipamentos das casas são ruins; 5,3% indicou que são ótimos. De forma geral, os 32 músicos que complementaram a questão com opiniões, criticaram a falta de preocupação do cenário de bares e demais locais com a qualidade sonora dos ambientes:

Poucos bares têm equipamentos bons. Alguns estão melhorando sempre. Alguns não dispõem da mínima estrutura. A visão do empresário geralmente é de que é um gasto passivo e não um investimento que vai aumentar a qualidade do seu ambiente. Mas cada caso é um caso. Existem lugares com instrumentos danificados há anos sem previsão de conserto, o que indica um desleixo. Alguns também quando algo é danificado, a troca é muito difícil de ocorrer (quase todos);

Algumas casas têm equipamentos bons, mas falta um técnico. Muitas vezes o próprio dono do local vai lá mexer. Outras vezes falta acústica;

Infelizmente as casas investem só o necessário em equipamento, aí as vozes embolam, falta retorno, o som fica sujo. Depende da casa e depende do quão chato você é com som;

Varia de um bar para outro, mas regularmente alguns bares disponibilizam somente equipamento de voz e palco, sem amplificadores para guitarra baixo e etc;

Quando tem algo pra voz já ficamos felizes, mas geralmente a união entre bandas faz acontecer principalmente na questão de equipamentos;

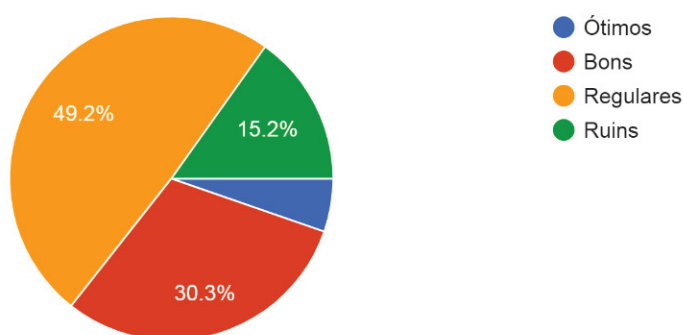
Nos locais que nos apresentamos sempre encontramos boa estrutura. Isso também é uma exigência mínima da banda. Mas sei que, em muitos lugares, a estrutura deixa muito a desejar.

Considerou-se pertinente também perguntar aos músicos as condições dos seus próprios equipamentos para fins de comparação. 40,2% dos entrevistados indicam que seus próprios equipamentos são ótimos; 48,5% considera-os bons; 9,8% apontou que seus próprios itens são regulares; 1,5% acredita que seus próprios equipamentos sejam ruins.

GRÁFICO 18 – QUALIFICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS TÉCNICOS DISPONÍVEIS NOS LOCAIS DE APRESENTAÇÃO EM CURITIBA

Como você qualifica os equipamentos técnicos disponíveis nos locais que se apresenta em Curitiba?

132 responses

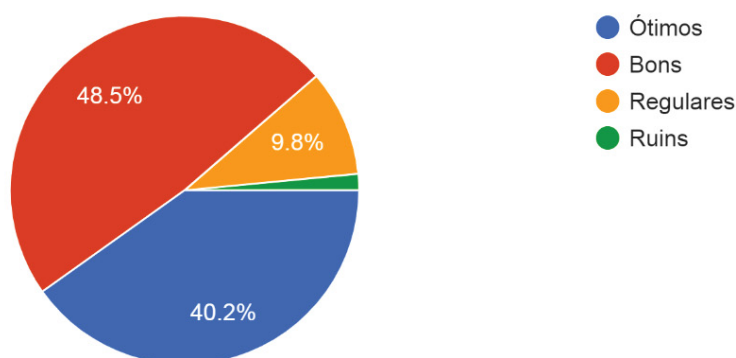


FONTE: O autor (2020)

GRÁFICO 19 – AUTOAVALIAÇÃO DOS PRÓPRIOS EQUIPAMENTOS TÉCNICOS DOS MÚSICOS EM CURITIBA

### E os seus próprios equipamentos/instrumentos, como os qualifica?

132 responses



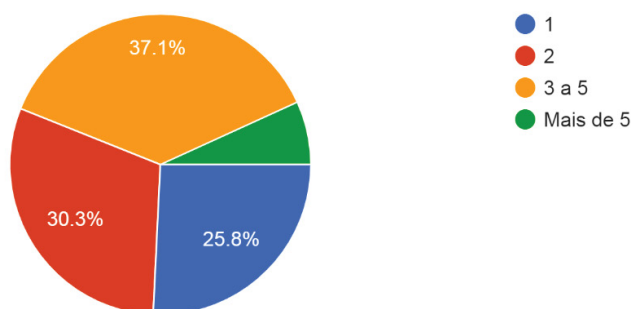
FONTE: O autor (2020)

Anteriormente já foi apontado que é comum o músico curitibano fazer parte de mais de um projeto musical. 37,1%, a maior fatia, pertence a até cinco grupos musicais diferentes; 30,3% está em até dois projetos; aproximadamente um quarto dos entrevistados, 25,8%, faz parte de apenas um grupo; 6,8% atua em seis ou mais. Como já discutido anteriormente, há a necessidade do músico curitibano em atuar em variados conjuntos. Como complemento a esta característica, o relato de um dos participantes ilustra os dados quantitativos apresentados: “viver somente de um projeto é um desafio”.

GRÁFICO 20 – QUANTIDADE MÉDIA DE PROJETOS MÚSICAIS EM QUE MÚSICOS ATUAM NA CAPITAL PARANAENSE

### Em quantos projetos (bandas, grupos, etc) você atua?

132 responses



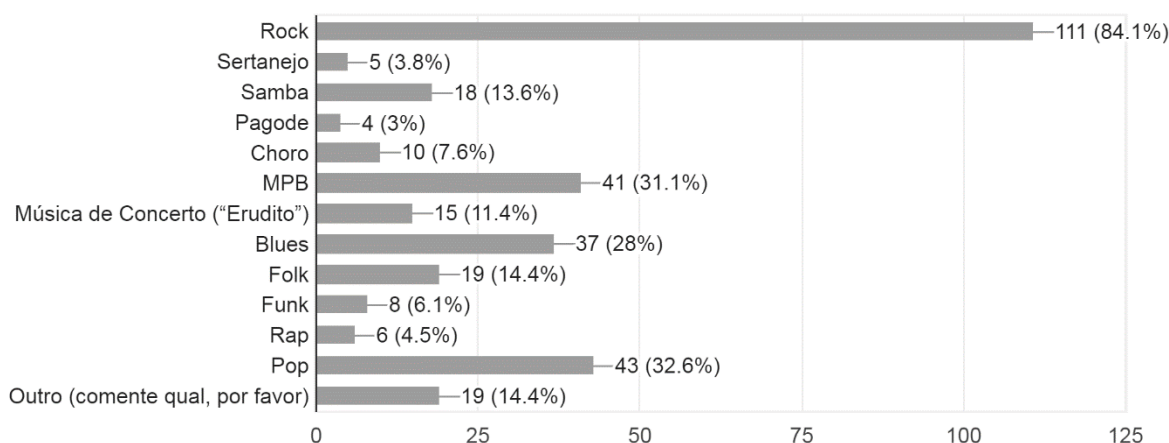
FONTE: O autor (2020)

O gênero musical mais comum executado entre os participantes da pesquisa *online* foi o rock, totalizando 84,1% das respostas; 32,6% dos participantes respondeu que trabalham com o gênero pop; a MPB totalizou 31,1% das respostas; 28% dos entrevistados apontou executar músicas do gênero blues. Nesta questão o participante tinha a opção de marcar mais de um gênero musical, ou de indicar outros possíveis gêneros. Os músicos indicaram os seguintes: sertanejo; pagode; funk; samba; choro; folk; rap; metal; música latina; jazz; instrumental, rock progressivo, medieval e renascença, flamenco, música erudita, reggae, gótico, ska, grunge, shoegaze, hard'n'blues, post rock, soul, trilha sonora de filmes e jogos, klezmer, chicha, new age, música ambiente, minimalismo, pop rock, ópera, música clássica, entre outros.

GRÁFICO 21 – ESTILOS MUSICAIS EM QUE MÚSICOS ATUAM

### Quais estilos/gêneros musicais você atua?

132 responses



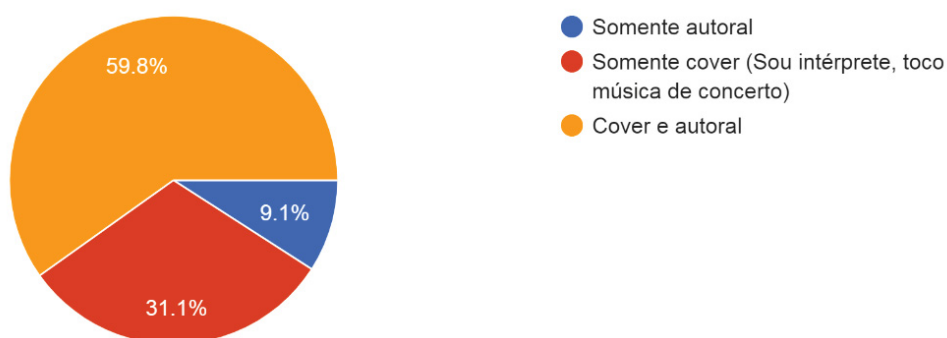
FONTE: O autor (2020)

A maioria dos músicos que responderam o questionário, 59,8%, respondeu atuar com ambos repertórios cover e autoral. Aproximadamente um terço dos participantes, 31,1% indicou que atua apenas fazendo covers. A minoria, 9,1%, atua somente com música autoral.

GRÁFICO 22 – DISTRIBUIÇÃO POR OPÇÃO DE REPERTÓRIO

Em qual das opções abaixo enquadra seu repertório musical?

132 responses



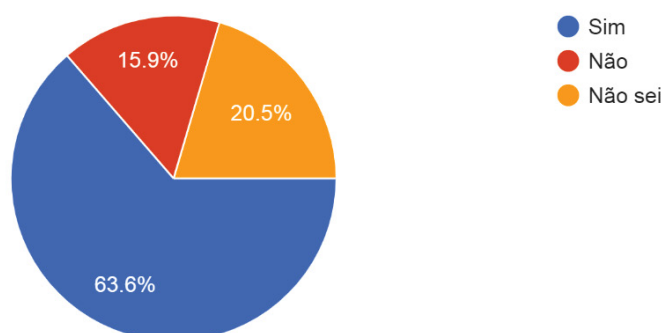
FONTE: O autor (2020)

Ao serem perguntados se existe espaço para as bandas curitibanas se apresentarem em Curitiba atualmente, a maioria dos participantes, 63,6%, respondeu que sim. 15,9% disseram que não há espaço suficiente para apresentações musicais e 20,5% não soube responder à questão.

GRÁFICO 23 – LOCAIS PARA APRESENTAÇÕES REMUNERADAS

Sobre o cenário musical de Curitiba em 2018, há espaço para as bandas tocarem remuneradamente?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Esta pergunta, com certeza, é uma das que mais gera debate entre os agentes do cenário musical curitibano. Quarenta pessoas contribuíram com respostas qualitativas. Dos músicos que



concordam que existe espaço em Curitiba para apresentações musicais, muitos ressaltam a necessidade de se trabalhar por nenhuma, ou por baixa remuneração. A seguir, alguns relatos com este viés:

Ter tem, mas com baixa remuneração. A não ser por festivais e eventos maiores;

Remuneradamente, mas com o mesmo cachê desde o início da década de 90;

Para bandas de covers, acho que sim, para autorais está bem difícil, mas mesmo as de covers não conseguem depender da renda exclusiva de shows;

A maioria é só voz e violão;

Acredito que tem espaço sim, mas cada dia está mais difícil e cada vez se começa mais de baixo. O mercado está bem saturado, o que prejudica as bandas novas e acaba dando espaço somente para bandas com músicos ‘experientes’ e que possuem indicação. A procura pelo novo acontece com muita pouca frequência;

Existem lugares remunerados, porém pessimamente remunerados. Nivelando sempre por baixo. O cachê que se ganha hoje em bares, é o mesmo que eu ganhava há 20 anos aqui mesmo em Curitiba. Péssimo!

Outra parte dos entrevistados defende que não há espaço suficiente para apresentações musicais na capital paranaense, conforme os relatos:

Espaço limitado, as bandas em geral precisam sair de Curitiba se quiserem ter a agenda cheia;

[...] Acredito que as bandas maiores, e que estão há mais tempo têm oportunidade de tocar. Para as bandas mais novas, sinto que é difícil conquistar espaço, apenas com indicação;

Sem vínculo empregatício, na verdade a cena é um verdadeiro Deus nos acuda, cada um por si, sem respaldo de absolutamente nada e nem ninguém;

Às vezes paga-se para tocar, pois só se investe e não tem retorno;

Poucos, e é preciso indicar e ser indicado, é preciso ser parte de algum esforço coletivo de artistas, é preciso falar sobre isso quando possível, é preciso tentar criar espaços e parcerias com quem tem espaço;

Para música autoral incentivo zero, as rádios locais tem preconceitos com os artistas do lugar e não os toca, bares com equipamentos e palcos pequenos, remuneração baixa. [...] A prefeitura através da cultura poderia ser mais atuante e mais democrática [...];

Há espaço, mas a inflação aumenta o preço de tudo, e enquanto servidores públicos e empregados de empresas ganham reajustes pra cima, nós músicos sofremos com donos de bar querendo pagar cada vez menos.

Alvaro Ramos e Zé Rodrigo comentam respectivamente sobre a dificuldade em se criar espaços musicais em Curitiba, seguindo cada qual a sua perspectiva (informação verbal):

Hoje você não tem casas noturnas que têm som ao vivo porque as casas têm que ter um preparo acústico para poder trabalhar, se não ela não pode ter som ao vivo porque a polícia toma os instrumentos dos músicos. Já começa pelo próprio estímulo e incentivo da prefeitura municipal a dar espaços alternativos e desburocratizar certas situações [...] o que falta é uma atitude do artista de querer se colocar em um lugar maior. Vai conseguir fazer isso aqui dentro? Não. Não conseguirá. Nenhum artista conseguiu fazer nada estando só aqui em Curitiba, infelizmente. Embora pareça que não, porque nós temos a internet, você coloca qualquer coisa que se faça aqui na palma de qualquer outra pessoa no planeta, então ele está em qualquer lugar. [...] Não precisa sair daqui para fazer sucesso. Sair daqui significa enfiar a viola embaixo do braço e fazer carreira. Arriscar-se, fazer bilheteria, promover-se. [...] Os próprios grandes artistas não estão mais fazendo tanto show como faziam antes.

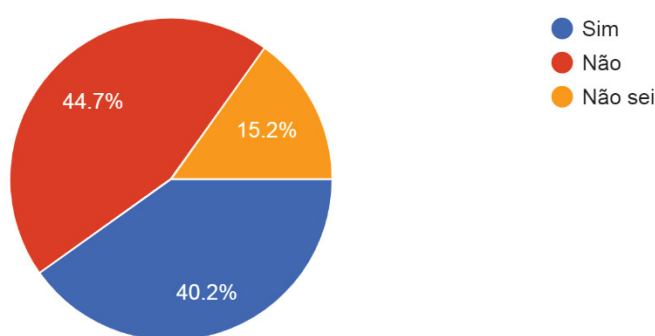
Curitiba eu vejo assim, na minha opinião particular [...] no cenário do Brasil é assim, não tem oportunidade para todo mundo. Eu estou indo morar nos EUA, já faço shows lá há três anos, porque é um lugar onde existe oportunidade para todo mundo. A frase que eu mais ouvi nos EUA foi ‘quem é que eu conheço que pode te ajudar?’. Essa é uma frase que todo americano fala. No Brasil não existe isso. Porque não dá. Nem recrimino ninguém por isso, eu acho que o Brasil não dá oportunidade suficiente para as pessoas. Então se um cara está pegando uma oportunidade, ele está pegando a sua oportunidade. Então não tem como ser colaborativo como nos EUA ou na Europa, [...]. Eu acho que isso mudou muito nos últimos anos por causa do governo e da administração, então isso foi piorando o cenário. Mas em Curitiba, eu acho que isso existe há trinta anos. Não politicamente, ou por um cenário econômico, não por nada, mas porque a cidade é muito pequena e porque o cenário é muito pequeno. [...] eu falo isso da minha experiência. Em Curitiba então existe um cenário? Não existe um cenário. Por que? Porque pra existir um cenário você precisa de colaboração. Você precisa de pessoas ajudando a empurrar pessoas para cima. O que em Curitiba fica muito difícil porque se um cara pegou uma vaga numa casa [...] aquela vaga seria tua. Porque um bar só vai ter quatro sábados por mês. Como o número de casas aqui em Curitiba - não é pequeno, mas mesmo assim não atende à demanda [...]. E eu vou dizer, Curitiba tem uma música que não tem no Brasil inteiro. Em Curitiba não tem banda ruim. [...] se chegou a tocar nas casas tradicionais, se chegou lá é porque a banda é boa. Banda média fica pelo caminho em Curitiba. E mesmo com uma quantidade tão grande de bandas boas, você não consegue criar um cenário em que as pessoas consigam se ajudar. Isso não é culpa das pessoas. Então o que acontece, eu mesmo tenho muitos amigos, mas não consegui ajudar todo mundo que eu queria no cenário por causa disso.

No que tange este último tema no relato acima, 44,7% dos entrevistados não reconhece uma identidade da música produzida em Curitiba. Aproximadamente 15% não sabe opinar e 40,2% acredita que sim, há uma identidade específica produzida na música da capital.

GRÁFICO 24 – OPINIÕES SOBRE A EXISTÊNCIA DE IDENTIDADE NA MÚSICA PRODUZIDA EM CURITIBA

Na sua opinião, de forma geral, há alguma identidade da música produzida em Curitiba?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Cyro Ridal e Alvaro Ramos comentam respectivamente a identidade dos grupos musicais da cidade (informação verbal):

Em todas as décadas vai ter as tendências, você tinha essas coisas muito hardcore tocando. Sugar Kane, por exemplo é uma puta banda [...]. Não tem KO é uma puta banda que vem da influência punk rock. [...] Eu vi bandas muito legais, então tinha tendências. [...] Se você pegar as fases do Ciclojam você vai entender 'o Cyro pegou até Clone DT, música eletrônica'. [...] Ao mesmo tempo que eu pegava o rock rural do Blindagem, ao mesmo que eu pegava o Black Maria que vem da escola *cover* tocando as músicas deles, [...] ao mesmo tempo que eu pegava uma banda de *indie* [...] como Swamps, cantando em inglês numa época em que era muito forte a influência do indie rock, como hoje é. Então assim existiam várias vertentes e eu nunca ia em cima de uma só porque eu tinha que mostrar como eram limitadas minhas vagas, eu tinha que mostrar o panorama o mais aberto possível. Por isso que a versão de 2004 lá no TUCA, o teatro da PUC, foi mais o lado MPB.

Eu acho que essa expressão de música curitibana, é uma expressão errada. Porque a gente não faz música porque estamos aqui, ou a música daqui. A gente vive num mundo globalizado que você traz o mundo na palma da sua mão em todos os telefones. O Brasil tem mais de dois aparelhos por habitante. [...] A música que a gente faz é uma música para o mundo.

Vinte e oito participantes colaboraram com respostas qualitativas e, neste campo, há bastante divergência de ideias. Dos que não concordam que há uma identidade curitibana na música produzida na cidade, os relatos trazem o argumento que existe uma semelhança muito grande com o que é produzido nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Seguem os comentários que reafirmam este ponto: “é raro ou inexistente uma banda autoral que só de ouvir e ler a letra

você descubra que é de Curitiba. Você nunca sabe se é de São Paulo, Brasília, Rio Grande do Sul ou Paraná, etc.”; “qual a banda autoral de Curitiba que desponta no cenário, que toca em todos os bares, o público comparece, que toca nas rádios? Nenhuma”; “*cover* de tudo, falta ousadia e originalidade”; “como as rádios locais não tocam artistas locais, não produzimos artistas deixando assim de fomentar uma indústria de empregos e cultura”; “Curitiba se esforça e tem bons músicos mas não consegue ter bons projetos de mercado uma música que se destaque de algo que já tenha sido feito no Brasil”.

Por outro lado, alguns entrevistados acreditam que há uma identidade em formação, se construindo e se reafirmando aos poucos: “certamente há uma identidade, mas não que seja clara e facilmente reconhecível”. Alguns participantes reconhecem que alguns lugares da cidade estão atrelados a gêneros musicais específicos, delimitados pela dimensão espacial e que isso está conectado com uma identidade da cidade. Mesmo reconhecendo a existência de uma identidade musical em Curitiba, algumas opiniões apresentam críticas: “sim! Há uma identidade na tal ‘música paranaense’. E o ‘elo’ entre elas além do ‘sotaque musical’, é achar bonito e exaltar a falta de qualidade. Quanto pior, melhor. Com pouquíssimas exceções”. O relato a seguir reafirma que há uma busca por se criar uma identidade:

Tem muita gente produzindo, principalmente de maneira independente, diria que é impossível conhecer tudo, mas entre o que tenho acessado, vejo que existem vários nichos diferentes, talvez menos misturados entre si por uma característica da cidade de ter bairros como ilhas e certa perseguição à arte feita na rua. Diria que existe uma pluralidade entre as estéticas dos sons autorais, talvez seja ainda uma busca por se criar uma identidade, e que nessa busca muitos acabam se espelhando no que faz sucesso no eixo Rio-São Paulo, visando um público que extrapole o estado do Paraná. Existe a vontade de ser reconhecido em outros estados, de vencer o mito de que as bandas paranaenses ficam conhecidas apenas por aqui. E também penso que a mistura está sendo incentivada na verdade pela dificuldade de se produzir sozinho. Observo que muitas bandas que possuem algum apoio de produtores têm formações grandes, são somatórias de forças, enquanto os trabalhos novos costumam ser com formações pequenas, talvez pelos baixos cachês oferecidos.

Muitos participantes apontam a existência de identidades e não apenas uma identidade geral da música produzida na capital. “Diversidade” foi a palavra mais citada nesta questão, como exemplifica o relato a seguir: “temos todos os tipos de música, grupos e artistas. Acredito que a facilidade do acesso à informação nos dias de hoje colabora pra essa pluralidade de estilos, onde não se cria uma cena de um gênero e som parecido”.

Manoel Neto explica que a complexidade em identificar traços curitibanos na música produzida na capital se estende por questões mais aprofundadas nas próprias raízes coloniais da cidade (informação verbal):

[...] existia uma composição inicial mais integrada entre portugueses e espanhóis ao sul. Além dessa integração original teve uma colonização que é pouco contada, as pessoas procuram partir direto para a questão de ‘leste europeu’, Europa, [...] mas a verdade é que os grupos étnicos que estiveram aqui junto com os negros, os indígenas, que já estavam além de portugueses e espanhóis, são basicamente árabes, judeus e ciganos. Aí vai ter várias ondas migratórias. [...] Curitiba tem um problema, é grave. [...] defina a identidade de um Curitiba. [...] É muito parecido com aquele filme ‘Gangues de Nova York’. [...] aquele monte de grupo que não se entende, quebram o pau o tempo todo, todo mundo fechado em suas panelinhas. Eu falo isso pra dizer o seguinte: esta composição teve em poucos lugares. Não é todo lugar que tem essa construção. Aí há diversidade de ideias. É um traço forte da região. Por que que Nova York, São Paulo são uma coisa e aqui é outra? Porque essa composição traz traços, por exemplo os portugueses, no ciclo da erva mate, trabalhavam seis meses e seis meses não trabalhavam, apesar de aqui ter menos força escrava, eles trabalhavam pouco, mas trabalhavam. [...] Aqui o cara trabalhava porque tinha menos força escrava. [...] Então já ficou isso do ‘mito do trabalho’. Só que eram seis meses sem trabalhar. [...] Quando começa a chegar outros grupos (de imigrantes) eles acham, o alemão e tal, que o polonês trabalhava pouco, só que o polonês achava que trabalhava muito, ‘esses caras sempre estão nos prejudicando’ e achava que o português, que era o dono das terras, era um vagabundo. [...] obviamente, a partir disso, começaram a aparecer tensões sociais. [...] Se você pegar essas tensões sociais que apareceram a partir deste cenário que eu estou te dizendo, você imagine depois os grupos tendo que construir diante dessas divisões, e as elites locais eram donos das terras, das erva mateiras, donos de um monte de coisas. Os grupos começam a ter muita desconfiança também porque tinha preconceito. Então, por exemplo, tem uma briga com o lado hispânico, com a revolução federalista. A companhia Maragatos, que era Jacobina, portanto de esquerda, era uma companhia espanhola que operava no Brasil no comércio de cargas, valores, tropas e tal, é expulsa pelo Marechal do Brasil (Floriano Peixoto), ele tinha laços fortes de parentesco até aqui no Paraná, isso deu problemas, aí teve um preconceito com as famílias que tinham a origem um pouco mais hispânica. Só tinha seis famílias alemãs de fato aqui, que eram alemães, alemães mesmo, de cidades que hoje são alemãs e que tinha algum dinheiro. [...] As outras famílias eram do império Austro-Húngaro e de várias regiões, desde Prússia à Polônia, Romênia, um caldeirão. [...] Esses países mais ao leste europeu era mistura com turco, com cigano, não têm nada de alemão. Só que esse pessoal se dizia alemão. Por causa da emissão de papéis. [...] uns eram da Tchecoslováquia, mas esse país tinha outros nomes antes, depois virou República Tcheca, depois divide, aí são mais sete países. A Polônia andou no mapa! [...] A Polônia nem ocupa o mesmo lugar de onde era como nação. O volume de confusões que teve, as guerras do século XIX na Europa [...] o pessoal que veio para cá era um monte de coisa que nem eles sabem. Curitiba já tem um problema grave de identidade porque essas pessoas que vieram pra cá, vieram com falsas promessas de riqueza, de lugares que foram devastados em guerra, que teriam mudanças de territórios, e eles não sabem de fato as origens. [...] O ponto é que Curitiba tem uma ‘fantasmagoria’ da sua identidade, da sua Cultura, porque ela se prende em coisas que não são reais. Por causa desses conflitos que te falei: os territórios de onde vieram. Então por mais que tenha uma identidade de grupos que são bem definidos, árabes, por exemplo, tem muita gente que confunde por libanês [...] e na verdade são dezenas de povos e nações antigas. E do outro lado, um apagamento desses grupos que estavam antes, índios e negros, devido a uma estratégia de governo, já no Império e depois na República, de recolonizar o sul do Brasil para que não tivesse mais divisão do país, como aconteceu do lado hispânico. Isso tem a ver com a questão das invasões napoleônicas na Europa. Quando o Napoleão invadiu tudo, o governo português fugiu e aqui não ‘rachou’ porque teve imperador. [...] Vamos falar de Curitiba especificamente. Aqui era um lamaçal pobre. Deram o status de capital por causa de uma briga política entre Paranaguá e Lapa. Não queriam que fosse para a Lapa aí apoiaram que fosse para Curitiba. [...] Os caras chegam numa cidade fria, um baita de um banhado, não tem riquezas naturais, um monte de conflito étnico, todos xingando um ao outro, cheio de preconceito, que tipo de sociedade vai se formar daí? Laços rachados, mal humor, cidade fria, é provado essa coisa de que

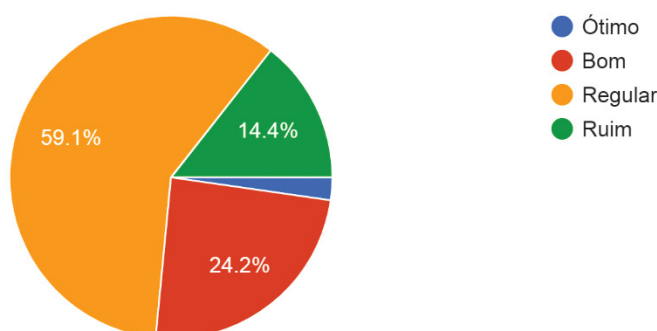
pouco sol dá depressão, com pouca colaboração. As pessoas não cooperam em Curitiba, jogam pra dar errado. Isso tem a ver com esses problemas identitários, dos conflitos e do clima que se instalou principalmente porque [...] parte substancial dos imigrantes não tinham nem a própria identidade definida! A massa que compõe parte significativa da cidade é dessas regiões indefinidas. E aí no local, existe um conceito antropológico que é de aquisição cultural [...] que é quando se empresta uma cultura pra você ter um referencial num imaginário construído de uma nação que não era a deles. Quando eu falo de identidade local, eu tenho que dizer que, apesar de ter várias identidades e várias coisas que não são isso, isso é a maioria. [...] as pessoas não aceitam a realidade, na origem, do que foi construído, de como foi construído. Então, na medida em que teve todos esses choques culturais, a gente tem que imaginar que ficam fantasmas no lugar, e eles têm que colocar a autoridade em algum lugar. Então é o mito do trabalho, é a cidade organizada, é o planejamento técnico, tudo isso está no lugar da religião, no lugar do estado, no lugar da própria identidade. A identidade está numa identidade burocrática, ilusões do passado, autoritarismo, organização, sistema de transporte, porque não tem o sujeito, não tem a poesia, não tem a literatura, não tem a música [...] não tem os mitos e laços, não tem a música de protesto, não tem a música de gozação do rei que foi derrubado [...] não tem a poesia sobre nossos traços comuns, porque os traços são incomuns. [...] Curitiba tem várias identidades, já que não é uma sociedade de três ou quatro etnias e uma principal, mas na verdade, três ou quatro principais etnias, e 33, pelo menos, etnias dos cinco continentes. A gente precisa trabalhar com a ideia de que a diversidade cultural é a identidade principal, é a geral. E tem uma hegemônica, que dá este traço conservador para Curitiba e é ligada a todos esses fantasmas.

Em consonância com este dado colocado por Manoel Neto, 59,1% dos entrevistados na pesquisa *online* acredita que o relacionamento entre os grupos musicais em Curitiba é regular; 24,2% indicou que o relacionamento entre os músicos é bom; 14,4% aponta que é ruim; apenas 2,3% considera o relacionamento entre bandas ótimo.

GRÁFICO 25 – OPINIÕES SOBRE A QUALIDADE DOS LAÇOS E AFETOS ENTRE GRUPOS MUSICAIS

De forma geral, como você considera o relacionamento entre as bandas em Curitiba?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Trinta e uma pessoas complementaram com dados qualitativos. Dos músicos que consideram os relacionamentos bons ou ótimos, seguem os relatos mais relevantes:

As bandas tem um relacionamento bom. O que prejudica é o cartelzinho e dono de bar achando que pode mandar onde as bandas tocam e não tocam, o que só causa divisão e picuinha;

Em geral o pessoal se respeita bastante e tem amizade. Alguns laços são bem fortes, afinal estamos todos no mesmo barco. Há quem não se dê bem com ninguém e há os que não se dão. Mas isso em geral acredito que é exceção. Um exemplo são os eventos beneficentes em que várias bandas (umas 15 ou 20) se unem por um motivo maior;

Dentro da minha bolha social vejo várias interações, inclusive com dança, pintura, etc. Acho que esse relacionamento com outros artistas é o que faz a coisa fluir, possibilita chegar em condições melhores. Conforme vamos percebendo vamos nos relacionando melhor também. Mas estou há pouco tempo na cidade.

Há também muitas críticas sobre os relacionamentos entre grupos musicais e sobre a união e alianças entre eles:

Existe há muitos anos uma rixa idiota entre o *cover* e o autoral, porém ao meu ver, todos são livres para escolher onde atuar. Existe público para todas as tendências. Acho essas rixas ridículas e coisa de quem não tem o que fazer. Geralmente são os músicos do autoral atacando os músicos que fazem *cover*. Eu faço os dois sem nenhum problema. E geralmente aquele que reclama, tem seu trabalho autoral bem precário, pra não dizer ruim. Quem se realiza com o que faz, não precisa atacar ninguém;

Gostaria de ver mais cooperação entre as bandas no sentido de dividir mais os espaços. Tocar mais junto, se misturar mais;

Depende muito de banda pra banda, são pessoas isso torna sempre algo complicado, existem bandas que são parceiras ajudam indicam, e outras que só querem se aproveitar;

As bandas *covers* e as autorais não se entendem muito bem;

Curitibanos não têm relacionamentos com muitas pessoas, e no meio musical não é diferente, além da questão 'concorrência' por espaço nos bares da cidade que não são poucos, porém tem uma historinha de que se tocar aqui não toca lá, isso parte dos donos de alguns bares tradicionais da cidade;

Como uma nova banda acho difícil entrar no círculo das bandas estabelecidas na cidade!;

Não há união, cada um faz o seu, há sempre os grupos fechados;

Eu tenho uma teoria de que a falta de oportunidade determina que as pessoas tenham que lutar pelas oportunidades pegando sempre um espaço que poderia ou deveria ser de outro artista. Portanto, ao conquistar um espaço no mercado as pessoas não ficam muito felizes por você porque, a grosso modo, este espaço deveria ou poderia ser delas;

Existem muitas rixas bestas, rivalidades tortas. Quanto antes o cenário perceber que precisa é unir forças, tanto mais rápido se dará o salto de qualidade nos hábitos de produção musical da cidade;



Acho que não há união entre os músicos/bandas locais, isso é um dos principais fatores que levam a serem mal remunerados e reconhecidos, enfraquece o movimento;

Como sou novo na cena e minha banda também, vemos tudo de fora. Vejo como uma cena que já existe a algum tempo que está se enfraquecendo, onde existem muitas panelinhas e picuinhas, com muito ego e pouca ação. Mas também enxergo uma nova 'safra', onde existem músicos que se ajudam e apoiam, e veem tudo com olhares otimistas e que têm 'muita lenha pra queimar' e muito pra contribuir.

Ivan Junior<sup>114</sup>, em entrevista para este estudo, comenta o assunto (informação verbal):

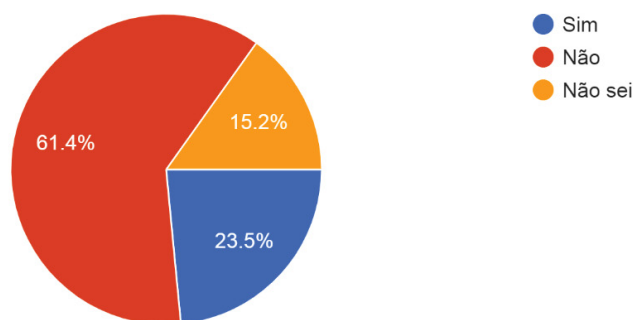
O problema é que são pequenos grupinhos de duas ou três bandas que se juntam e vão fazendo acontecer à sua maneira. [...] poderia ser maior, poderia ser mais abrangente. Mas aí tem as diferenças de gênero, [...] amizade, mas de alguma forma ou outra, vão se movimentando. É sempre uma conta de soma, nunca é divisão. [...] quando você gosta de uma banda você pensa 'a se tivessem mais músicos assim'. Quanto mais daquilo você tiver, mais você vai querer. [...] É bom pra todo mundo. Para o público também. Se uma banda é muito sozinha, isso não é muito bom. Ela precisa de mais gente pra suportar aquela rede que ela está construindo. Dividir o consumo. [...] Sim, se as bandas fossem mais unidas, com certeza elas teriam mais público e seria melhor para todo mundo.

A maioria dos músicos curitibanos acredita que há pouco envolvimento do público com a música produzida na cidade, totalizando 61,4%. Somam 23,5% aqueles que concordam que há interação, que o público curitibano se sente representado pela música produzida na capital. O restante, aproximadamente 15%, não soube opinar.

GRÁFICO 26 – OPINIÕES SOBRE A REPRESENTATIVIDADE DOS LAÇOS E AFETOS ENTRE GRUPOS MÚSICAIS E POPULAÇÃO CURITIBANA

Você acha que o público curitibano se envolve/se sente representado/conhece as bandas de Curitiba?

132 respostas



FONTE: O autor (2020)

<sup>114</sup> Músico e empreendedor na área de *Marketing Musical* em Curitiba.

Vinte e quatro pessoas responderam a seção qualitativa e, no geral, acreditam que existem casos isolados em que grupos musicais possuem fãs fiéis, tanto autorais quanto *covers*:

Sim, me parece que, de um modo geral, cada vez mais. Cito uma iniciativa do JukeBar de ter *playlist* com bandas curitibanas, o Encontro de Compositores do Coletivo Água Viva, as movimentações dos coletivos locais em geral. É preciso também se atualizar e compreender as mudanças de relação com a música hoje em dia. Penso que no Brasil todo a música está sendo ouvida mais *online* que presencialmente, e o engajamento do público muitas vezes se dá por meio de manifestações nas redes sociais. Penso também que as mensagens e o que o artista transmite além do som importam cada vez mais, a postura perante os acontecimentos, o envolvimento com o que acontece na cidade, a exposição na internet, o conteúdo das letras. O que me faz decidir se vou ou não a algum show geralmente são os preços do local e a facilidade do transporte, porque existem várias opções de música na cidade, mas nem sempre o evento é acessível para todos. O artista que se envolve em eventos acessíveis também constrói um vínculo mais forte com o público.

Por outro lado, a maioria dos entrevistados responde que não há um vínculo forte entre público e artista, ao que argumentam nos relatos:

Não valoriza as flores do seu quintal. Não é obrigado a gostar, porém age naquela de ‘não ouvi e não gostei!’;

Apenas uma minoria acompanha e fortalece a cena local. A grande maioria (pelo menos no que eu vejo nos shows que eu faço) vão mais pelo status do lugar e da banda;

Santo de casa não faz milagre. Infelizmente o Paraná não respeita os músicos locais como acontece com os artistas que vem de fora;

Curitibano não gosta de prestigiar músicas autorais. Muito difícil achar público para aderir;

Curitiba ainda vive numa urbanidade um tanto provinciana. Tem um grupo pequeno de pessoas que está em todas, que compreende o que está sendo produzido. Mas em geral, a população não é ligada de fato em cultura, só em consumo da indústria cultural de massa.

Manoel Neto completa esta ideia de Curitiba como “província” com o seguinte comentário:

Curitiba é provinciana no sentido de que sempre olha para a “capital”, que é São Paulo. Mas também tem o bairrismo de dizer que o daqui é melhor. Mas é dizer sem saber. Por falta de experiência. Desconhece do mundo então fala que daqui é melhor. Aí você vai ver do que falam, é de um prato ligado a uma identidade étnica, é de um parque, é de um sistema de transporte [...] - os mitos de Curitiba, o mito da cidade modelo (DE OLIVEIRA, 2000). Denninson de Oliveira detona, mostra que tudo não passa de propaganda e revela este mal-estar, de que Curitiba tem um bairrismo às avessas porque fica trabalhando com mitos e não valoriza os artistas, a identidade e a cultura. No entanto as atitudes deles, os artistas, são todas de copiar coisas ultrapassadas de cenários de fora, que é atitude da província. Então, toda a galera de vanguarda, *underground*, experimental, fica totalmente deslocada, porque há uma divisão clara e na maioria da sociedade e nos populares, ou seja, estão criando coisas

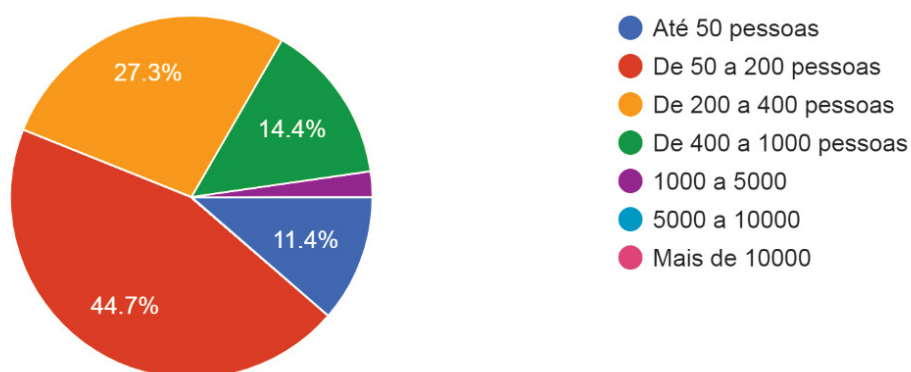
pra ninguém porque o que eles fazem não dialoga com a sociedade. Esse é um tipo de problema local.

A maioria dos músicos que participaram da entrevista *online*, 56,1%, respondeu que costuma se apresentar para público de até 200 pessoas. 11,4%, se apresenta para até 50 pessoas; 44,7% se apresenta para público entre 50 e 200 pessoas; 27,3% comenta que as apresentações costumam ser para público de 200 a 400 pessoas; 14,4% costuma fazer shows para uma audiência de 400 a 1000 pessoas; 2,2% disse que se apresenta em locais que acolhem de 1000 a 5000 pessoas; ninguém marcou a opção que indicava mais de 5000.

GRÁFICO 27 – QUANTIDADE DE PÚBLICO MÉDIA POR APRESENTAÇÃO

### Para quantas pessoas você costuma tocar em média?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Cinquenta pessoas comentaram na seção qualitativa. Os relatos, em geral, descrevem os altos e baixos das apresentações. Muitos músicos contam que já se apresentaram para públicos superiores ao limite colocado na pesquisa, porém, um dado interessante, é que os eventos descritos foram casos isolados, ou situações em que estavam fazendo uma abertura de show para artistas com carreiras difundidas a nível nacional ou internacional. Por exemplo, um músico conta que se apresentou numa festa municipal de uma cidade em Santa Catarina para 20 mil pessoas e no dia seguinte o seu público foi de três pessoas no Hermes Bar em Curitiba; outro comenta que se apresentou para 100 mil pessoa em frente ao Palácio Iguaçu, em uma festa em Curitiba promovida pelo Estado do Paraná enquanto num bar da cidade, seu público

foi de 10 pessoas; um terceiro relato menciona um público de 70 mil pessoas na abertura de show da cantora Ivete Sangalo e 15 pessoas em uma pizzaria de Curitiba.

Os relatos seguem este padrão. As ocasiões em que o público extrapola 5 mil presentes, normalmente foram em festas, eventos, ou abertura de apresentações de outros artistas com maior número de fãs. Em geral, nestes acontecimentos a audiência não estava no local dedicada ao show do artista local. Outro dado é que a maioria dos locais de apresentação em Curitiba não consegue comportar mais do que mil pessoas, com exceção do Clay Highway Bar, Tork'n'Roll, Pedreira Paulo Leminski, Live Curitiba e Armazém Garagem.

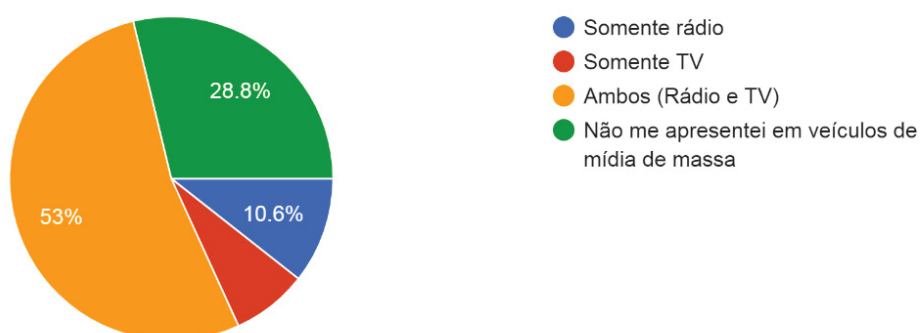
#### 6.4.3 “Música e mídia em Curitiba” –relação dos músicos com os meios de comunicação

A maioria dos entrevistados já se apresentou tanto em rádios como em emissoras de televisão, totalizando 53% dos participantes. Pouco mais de um quarto dos entrevistados, 28,8% nunca se apresentou em veículos de *broadcasting*. 10,6% se apresentou em rádios e os 7,6% restantes se apresentaram somente em televisão.

GRÁFICO 28 – ESPAÇOS MIDIÁTICOS EM QUE MÚSICOS DECLARARAM JÁ TER SE APRESENTADO EM CURITIBA

Você já se apresentou em algum veículo nas mídias de massa (Rádio e/ou TV)?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Dezesseis pessoas compartilharam experiências em emissoras, das quais citaram os seguintes programas: Jam Session, da emissora Mundo Livre FM; Estúdio C da RPC; TV

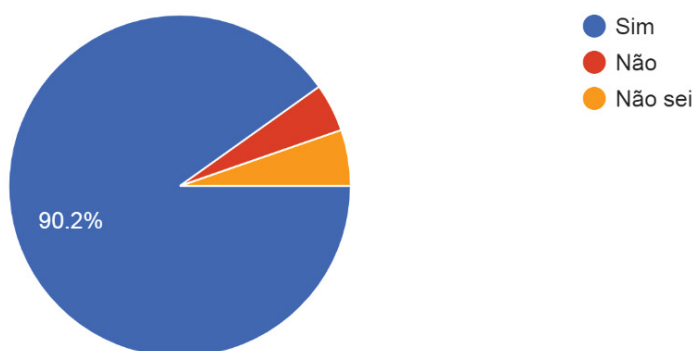
Transamérica; Ciclojam, na Rede Educativa; Boa da Pan; Programa Jô Soares; Domingão do Faustão; Programa Upload; UFPR TV; etc.

Atualmente, 90,2% dos participantes consideram as mídias sociais essenciais para venda de apresentações musicais. 5,3% não soube opinar e 4,5% acredita que não faz diferença estar em plataformas de redes sociais digitais *online*.

GRÁFICO 29 – OPINIÕES SOBRE A NECESSIDADE DE MÍDIAS SOCIAIS PARA COMERCIALIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES MUSICAIS

### Você considera as mídias sociais essenciais para a venda de shows?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Trinta e nove músicos contribuíram às questões qualitativas. No entanto, dividiram-se em respostas otimistas e outras acompanhadas de críticas e reflexões. Dos relatos mais otimistas, as pessoas comentaram, por exemplo:

Mudaram completamente o padrão de venda de shows. Acredito que a música se tornou mais descartável e volátil, porém com a capacidade de alcançar mais pessoas, logo, mais contratantes;

Imprescindível ao músico, para mostrar e divulgar seu trabalho e manter sua *network*<sup>115</sup> de negócios aquecida;

As redes sociais são uma ótima ferramenta de vender sua imagem profissional se souber utilizá-las;

Essencial demais. O *marketing* hoje é em maior parte digital, em qualquer ramo. Seria impossível nos dias de hoje um artista se lançar sem um bom gerenciamento das plataformas e mídias sociais;

<sup>115</sup> Termo em inglês que remete às redes de relações envolvendo contatos profissionais.

Sou da geração que viveu antes da revolução digital. Mesmo com todos os problemas, é incomparável o nível de investimento (finanças e esforços) para ter o mesmo alcance quando comparamos com o advento das plataformas digitais;

Ferramenta essencial não só para projeto musical, mas como para qualquer segmento. Todas pessoas estão conectadas, as mídias convencionais já não têm mais força;

Hoje as plataformas digitais são a melhor e mais barata maneira de chegar ao público-alvo da sua música. Costumo fazer um investimento mensal de boa parte do dinheiro que ganho nas redes sociais no dia porque considero isso fundamental para a saúde do trabalho nos tempos atuais;

Se você não tem um trabalho bem feito nas redes sociais, dificilmente conseguirá bons trabalhos. Através das redes sociais também é possível angariar público, que começam a comparecer aos shows e se você leva público pro show, não fica mais tão dependente dos donos dos estabelecimentos pra sobreviver.

Os comentários acima demonstram que há uma necessidade do músico atual em se manter conectado em rede, estar constantemente presente nesses ambientes digitais, dominar estratégias de *marketing* e manipular os aparatos tecnológicos, *hardwares* e *softwares* necessários no processo. No entanto, alguns relatos, apesar de geralmente reconhecer as facilidades providas pelo ciberespaço, apresentam um viés críticos sobre o uso de mídias *online*:

A influência é grande. Contudo se esperava uma democratização do espaço, mas o que vemos é uma transferência de poder de gravadoras para plataformas. O jabá dado às rádios virou a hoje a ‘fazenda de likes’;

Penso que é raro trocar outras possibilidades de programação artística para ir assistir algo sem nenhum conhecimento prévio, sem nenhuma dica do que vai ser. Mais raro ainda topa ir a um evento sem nenhum conhecido que tenha te convidado - frequentemente usando as redes sociais. Porém, ao mesmo tempo em que ouço muitas músicas através da internet, sou também colecionador de vinil e por vezes me canso de estar sempre olhando para telas. As redes sociais têm sido essenciais para a comunicação, mas quem se comunica bem sem elas certamente poderia ficar sabendo de shows e ir sem mesmo saber se foram divulgados *online*. Apenas me parece cada vez mais raro. No entanto, o excesso de uso das redes sociais causa um movimento contrário, e divulgar apenas *online* não atinge a todos, é preciso também continuar falando pessoalmente. Eu tenho utilizado as plataformas sociais principalmente para divulgar sons gravados em casa, e penso que eles ajudam as pessoas a se interessarem e procurarem por si os shows;

A ferramenta é maravilhosa, mas o uso me parece quase sempre péssimo. Por um lado, o artista pode encontrar seu público. Mas percebo que a tendência que prevalece é a da apelação e banalidade. Real conteúdo é sempre mais ignorado do que banalidades. Lamentável comportamento do ser de hoje (em geral);

Acredito que seja uma faca de dois gumes pois a internet é um caminho de declarações não abertas sem o mínimo de pudor, então se você faz um bom trabalho com qualidade consegue um bom retorno;

Sim e não. Hoje é obrigatório ter esse movimento na internet. Mas bandas com *marketing* excessivo em detrimento da qualidade musical fazem mais sucesso pelo movimento midiático do que musical.

Há, neste sentido, também o posicionamento crítico perante o uso das redes. Alvaro Ramos aponta uma de suas percepções sobre o uso de mídias sociais no meio musical: “essa geração mais nova já tem a compreensão de que essa mídia é uma coisa obrigatória. Traz o multipista no seu celular. Há uma compreensão comparada com a minha geração, por exemplo, que é do analógico” Ivan Junior destaca que atualmente o uso das redes é essencial (informação verbal):

Em termos estatísticos, se não estiver no *Spotify*, tua chance de não alcançar 500 milhões de usuários é grande. [...] O modo de consumir muda. Então você tem que se adaptar ao que as pessoas estão usando. Se tem um indicador que x% da música é no *Spotify*, se eu quero ter sucesso comercial, por que não estar no *Spotify*? [...] Se você quer sucesso comercial, você tem que estar em todo lugar. Aí depende da estratégia de divulgação. [...] Se você é um músico novo, você tem que lançar em tudo, em todo lugar.

Zé Rodrigo complementa a ideia ao citar um caso prático sobre *networking* e *marketing* (informação verbal):

Meu trabalho é *networking*, posso dizer assim, a prioridade um é, estudar instrumento? Eu não tenho nem tempo para estudar. Uma vez eu vi do meu ídolo, o maior assim, nesse processo, é o Gene Simmons e o Paul Stanley. Eu vi uma entrevista com o técnico de baixo dele, e ele fala assim, ‘cara, o Gene Simmons é um cara que se você vender um Fender 63 pra ele, ele vai achar um pedaço de pau, ele não vai querer comprar, ele não vai querer saber, ele não tem o menor interesse em instrumento *vintage*. [...] Ele não tem tempo para pensar nisso’. E tá errado? Não tá errado. Ele não deixa de ser o Gene Simmons, mas assim, é uma maneira de pensar e eu entendo. [...] Porque a minha prioridade número um, a gasolina do meu trabalho é *networking*. Então eu trabalho com *networking* o tempo todo. Eu acho que é fundamental. É condição *sine qua non*. É o que eu digo, os músicos que não se preocupam com *networking*, com *marketing* - eu chego a ouvir que *marketing* é besteira, eu sou acusado de ser vendido, porque ‘o Zé Rodrigo só pensa em dinheiro’. Não, eu adoro o que eu faço. Se não eu não faria, não precisava, podia fazer outra coisa. Essas pessoas que eu conheço, por melhores que fossem em 30 anos na música, ficaram pelo caminho. Vão continuar ficando e, a partir de agora, cada vez mais vão ficar. [...] As pessoas não pensam muito isso, mas como falei, a música é um produto, é um item de consumo sim. A gente consome música o tempo inteiro, em rádios, em TV’s, em CD’s, em internet, *Spotify*, em tudo isso. Então a música é um item de consumo sim [...]. *Marketing* é essencial porque com as redes sociais, as pessoas ficaram absolutamente iguais. [...] Quando a *Soulution* começou, há 20 anos atrás, a gente gastava muito mais do que a gente gasta hoje. Porque a gente tem na produtora uma programação de custos de mídia social, tudo isso. No começo a gente gastava porque, no nosso canal do *Youtube*, que não tem nada de seguidores, porque não é o perfil do meu público, não tem vídeo meu falando lá, é tudo vídeo clipe, música, custo em cima de custo, luz, gente edição, gastos. Porém hoje em dia eu vejo bandas começando com bons músicos, gente nova, o cara pega um celular [...] põe um áudio em cima de um troço que ele mesmo aprendeu a editar em casa [...] então hoje em dia ficou tudo muito igual, você tá num patamar muito parecido, se não igual, com pessoas que estão chegando agora [...] hoje ficou muito importante porque você tem que aprender métodos de se destacar no meio deste bolo e eu até agora não aprendi nenhum método melhor do que o *marketing*. [...] O *networking* em Curitiba é um desafio igual a qualquer parte do mundo. Porque assim, tem um ditado desde sempre, desde que eu tinha vinte e poucos anos, e a *Soulution* começou. [...] A gente montou um escritório



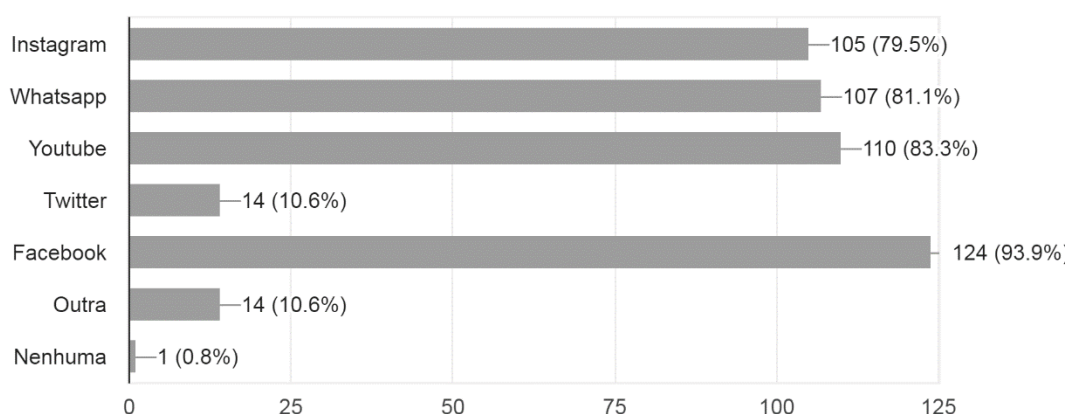
e eu, ‘sabe o que que eu faço’? Eu vou bater na porta das pessoas. [...] ‘Encher o saco das pessoas em Ponta Grossa é igualzinho a encher o saco das pessoas em Paris’. É exatamente a mesma coisa. É bater na porta e falar assim ‘olha eu sou músico, você quer ver meu trabalho’? E 80% das pessoas vão dizer que não querem. Ou porque já estão com 50 pessoas iguais a você lá batendo na porta ou porque não tem interesse mesmo.

O site de rede social mais utilizado pelos músicos segundo a pesquisa *online* foi o *Facebook*, totalizando aproximadamente 94% das respostas. O *Youtube* é utilizado por 83,3% dos participantes. 81,1% dos entrevistados utilizam também o *Whatsapp* e 79,5% respondeu que utiliza o *Instagram*.

GRÁFICO 30 – PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS MAIS UTILIZADAS PELOS MÚSICOS EM CURITIBA

### Quais plataformas digitais você costuma usar?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

A seção qualitativa foi respondida por 52 participantes. Eles destacaram algumas peculiaridades das redes na utilização para negócios musicais:

O *Instagram* tem um baita alcance orgânico. O *Facebook* é bom para anúncios, mas está perdendo o engajamento. Penso que o *Instagram* deixou ainda mais os conteúdos, em geral, voláteis, dado ao fato do tempo de os vídeos ser limitado. Ainda assim tem um bom engajamento e alcança bastante gente;

As melhores são o *Instagram* e o *Facebook*. Acho o *Instagram* melhor porque posso postar cartazes no *stories* pra ficar um dia só ou como foto na linha do tempo pra que fique lá, é de fácil acesso e não tem gente fazendo textão ou compartilhando meme igual no *Facebook*. Além disso a galera acompanha a banda mais em tempo real;

*Instagram*. É muito mais direta o objetiva do que *Facebook*. *Youtube* também é ótimo. E com *Facebook* se alcança um público maior. Resumindo, tem que usar todas;

*Instagram, Youtube e Facebook* são a tríplice aliança que todo artista precisa trabalhar, cada uma tem uma função específica. *Youtube* para conteúdos oficiais, *Facebook* para relacionamento e *Instagram* pra mostrar o estilo de vida, os bastidores, etc. E trazer mais proximidade e carisma entre o artista e o público;

Não vejo uma melhor que a outra. Cada uma tem sua finalidade específica e também partes que se sobrepõem. Tudo está interligado no trabalho geral de divulgação digital.

Zé Rodrigo, comentou em entrevista presencial para este trabalho, como suas redes são trabalhadas (informação verbal):

Não sou eu quem determina minhas redes. Eu administro parte das minhas redes. O conteúdo das redes é muito importante que seja seu. As poucas tentativas que eu tive de alguém administrar minhas redes, começaram a dar muito errado, porque as pessoas que conhecem meu trabalho praticamente me conhecem. Então não é difícil perceber que não sou eu. [...] Eu hoje tenho uma agência que administra o *Instagram*. Eu nunca comprei *likes*. Eu cuido do conteúdo todo. Só passa pela aprovação da agência. O *Facebook*, eu tenho uma agência que cuida só de propostas de projetos. [...] Hoje, com o tempo de trabalho com essas agências, eu estou fazendo o contrário. Eu já aprendi um pouco, então eu já monto e mando pra eles só aprovarem ou só sugerirem alguma coisa. O que me custa bem menos daí. Outro detalhe pra mim é que o *Facebook* morreu, literalmente, ultimamente o *Facebook* não funciona mais. O *Whatsapp* hoje funciona melhor porque eu sei exatamente pra quem eu estou falando. Eu consigo ter grupos de 200 pessoas. E o *Facebook* hoje, te dou um exemplo prático. Eu fazia um post e colocava lá um valor x. Dava lá, 1500 *likes*. Hoje com o mesmo dinheiro dá 100. Por um tempo achei que era só comigo. Aí comecei a entender com os outros artistas que a experiência está igual com todo mundo. O *Facebook* é uma *fake news*<sup>116</sup>. [...] Porque quando o cara entra lá pra dar sua opinião, ele não tem informação o suficiente para dar opinião. Eu parei de discutir. Eu tinha um blog de música no onda.com.br, um programa de rádio na Transamérica, eu parei com tudo. Porque eu estudei música a minha vida inteira, virou minha profissão. [...] Na música, as vezes eu convidava pessoas intelectuais daqui. Muita gente que eu levava no meu programa pra discutir música, nas redes sociais isso acabou, o *Facebook* virou a central mundial de opiniões que ninguém pediu.

Alvaro Ramos completa o relato anterior:

Nos últimos cinco anos há o avanço das redes sociais como uma mídia obrigatória. Tanto que, as grandes gravadoras, que quebraram há 10 anos, agora elas têm os seus planos de distribuição 360. Que significa atirar seu produto para todos os lados. Vai pôr na TV, no *Youtube*, na rádio e no *Spotify*, em todos os *players* do mundo inteiro. Vai fazer essa distribuição digital e monetizando pelos *players* que tiverem ou por vendas isoladas de faixas inteiras. [...] Elas entendem que é ali que está a rentabilidade. [...] Os artistas também percebem isso, tentam com seu jeito, com sua assessoria, sua falta de habilidade. [...] Eles também não têm toda a habilidade para lidar com as redes sociais. [...] Normalmente vídeos são mais fortes do que apenas áudios. Redes sociais são uma ferramenta essencial para a carreira de qualquer artista.

Dentro das plataformas de redes sociais digitais há a possibilidade de se impulsionar o alcance das publicações através do pagamento de anúncios. 72% dos músicos entrevistados

<sup>116</sup> Gíria popular que significa “notícia falsa”.

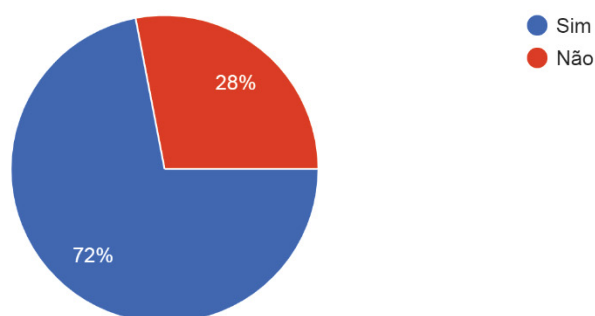
já fizeram este tipo de ação, enquanto que 28% declarou não ter feito. Ivan Junior comenta que atualmente a maior parte do orçamento destinado à produção musical é utilizada em *marketing* (informação verbal):

Do que você vai gastar em gravação, coloca mais 70% em divulgação, pelo menos. Vai custar 10 mil pra gravar o EP<sup>117</sup>. É preferível que você gaste mil para gravar um *single* e gaste 9 mil para divulgar este *single* do que você gravar um EP. [...] É *marketing* puro. Você tem que espalhar o nome, principalmente se você não for conhecido. [...] Pessoas adoram coisas novas, mas você precisa chegar nelas. Então é sempre assim, no mínimo, no mínimo, meio a meio.

GRÁFICO 31 – OPINIÕES SOBRE A UTILIZAÇÃO DE POSTAGENS PATROCINADAS EM REDES SOCIAIS POR MÚSICOS CURITIBANOS

Você ou sua banda já fez alguma publicação paga (post patrocinado) nas mídias sociais?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

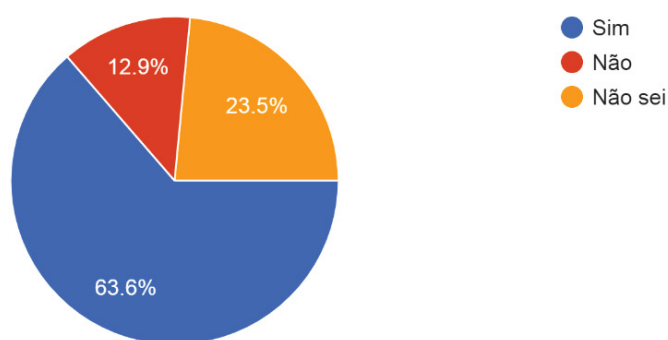
Em relação a este dado, 63,6% dos entrevistados acredita que existe retorno em mais contratações e mais público presente em seus concertos. 23,5% não soube opinar a respeito e o restante, 12,9%, respondeu que este investimento não é viável.

<sup>117</sup> Abreviação de *Extende Play*. É um registro musical não grande o suficiente para ser considerado álbum, porém maior que um *single*. Normalmente, varia de três a seis faixas.

GRÁFICO 32: OPINIÕES SOBRE O RETORNO DE POSTAGENS PATROCINADAS EM REDES SOCIAIS POR MÚSICOS CURITIBANOS

Vale a pena impulsionar anúncios nas mídias sociais? O retorno dos anúncios da banda refletem em mais co...posts, mais curtidas na sua página?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Trinta e sete pessoas responderam à questão qualitativa. Dos que utilizam este recurso, alguns apontam a necessidade de um planejamento de *marketing* digital para que o investimento surta efeito, como sugere os seguintes relatos: “em todas as vezes que utilizei este recurso houve um planejamento, por isso sempre funcionou”; “se o anuncio é feito de maneira correta, vai sim ter retorno. Cada dia mais o alcance orgânico está ficando menor, exigindo certo investimento em divulgação. Mas como qualquer empresa, um artista ou banda tem que investir em *marketing*. Afinal, quem não é visto não é lembrado”; “é importante uma segmentação correta do público assim como traçar o objetivo da campanha de forma correta para colher frutos positivos”.

Os participantes também apontaram que percebem diferenças de engajamento e conversão de acordo com o formato do conteúdo publicado: “claro que nem sempre, vale impulsionar bons materiais como vídeos, *teasers* e vídeo clipes. Agora fotos e *flyers* dentro da cidade onde toca não vale o investimento”. Mais além, alguns participantes teceram críticas sobre a forma como as plataformas funcionam: “vejo como uma relação entre traficante e viciado. No começo é tudo promoção”; “não, é algo que na verdade tem que ser trabalhado, sem falar que as pessoas são conquistadas ao vivo, é preciso além de tocar estar onde músicos também tocam, consumir essa música, compartilhar”; “Infelizmente hoje em dia o *Facebook* por exemplo mudou os algoritmos Para que sua *fanpage* funcione apenas quando for movimentada com o dinheiro. Isso na minha opinião está determinando uma derrocada das

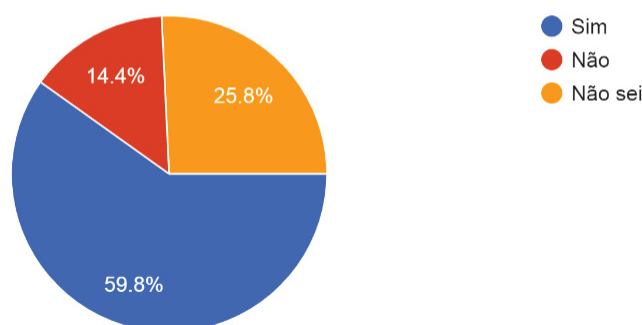
redes sociais sendo o *Facebook* a principal delas. Algumas postagens não valem a pena gastar dinheiro, porém isso se torna necessário para equilibrar a quantidade de informação na sua rede e visualização de sua marca. Triste”.

De modo geral, a maior parte dos músicos, 59,8%, acredita que as mídias sociais aproximaram os relacionamentos entre eles, 25,8% não soube opinar e o restante, 14,4% acredita que não houve interferência das mídias sociais nos relacionamentos entre músicos de Curitiba.

GRÁFICO 33 – A INTERFERÊNCIA DO USO DE PLATAFORMAS DIGITAIS NOS RELACIONAMENTOS ENTRE GRUPOS MÚSICAIS

**Você acha que as mídias sociais aproximam/melhoram o relacionamento dos músicos em Curitiba?**

132 responses



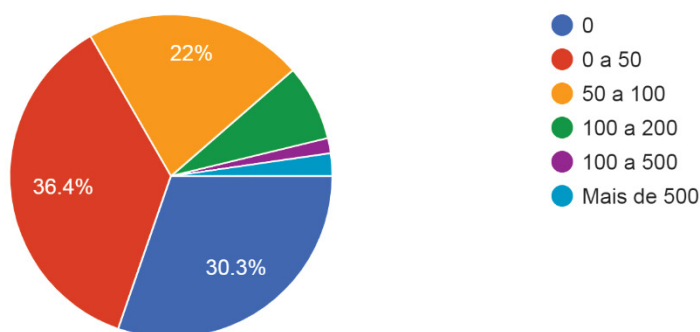
FONTE: O autor (2020)

A maior fatia dos entrevistados, 36,4%, investe em torno de R\$50,00 por mês em publicações nas redes sociais; aproximadamente 30% não investe; 22% impulsiona de R\$50,00 a R\$100,00 mensais; 7,6% paga de R\$100,00 a R\$200,00; 1,5% respondeu que investe de R\$200,00 a R\$500,00 ao mês; e 2,3% indicou gastar mais de 500 Reais neste período de tempo.

GRÁFICO 34 – VALOR MÉDIO INVESTIDO EM PUBLICAÇÕES PATROCINADAS MENSALMENTE

Quanto em média você ou sua banda gasta com anúncios por publicação?

132 responses



FONTE: O autor (2020)

Ivan Junior segue o raciocínio colocado anteriormente (informação verbal):

Gravou 10 mil? Só para ser legal, sair nas mídias, de assessoria de imprensa você vai pagar dois ou três mil Reais por mês durante seis meses se você quiser dar uma continuidade. *Marketing?* Mais uns mil Reais por mês. Essas coisas vão se acumulando. [...] Em termos estatísticos, se não tiver no *Spotify*, tua chance de não alcançar 500 milhões de usuários é grande. [...] O modo de consumir muda. Então você tem que se adaptar ao que as pessoas estão usando. Se tem um indicador que x% da música é no *Spotify*, se eu quero ter sucesso comercial, por que não estar no *Spotify*? [...] Se você quer sucesso comercial, você tem que estar em todo lugar. Aí depende da estratégia de divulgação. [...] Se você é um músico novo, você tem que lançar em tudo, em todo lugar. Eu vejo uma galera buscando. Um dado que eu tenho é o curso da nossa parte de cursos da plataforma gestão de bandas mesmo, o que mais vendia foi o *Spotify Pro* que é de como você ter um perfil massa no *Spotify* e conseguir bombar lá dentro. A Banda Mais Bonita da Cidade. Uma das poucas que eu vi que têm um plano do que fazer. [...] se preocupam com isso, têm a noção. A Karol Conka, essa foi uma das que eu vi que mais sabe o que está fazendo. Não existe mais isso de alguém chamar a atenção e vir alguém e falar ‘vou te cuidar’. [...] Você acha que a Anitta é alguém que achou ela? Foi ela que construiu. Ela que fez o caminho dela. [...] A Anitta tem até desenho hoje [...] no rap tem muito isso, tem muita união [...] sabem muito mais do mercado do que outros gêneros. Eu não acho errado o músico que se preocupa só em tocar [...] porque as pessoas não levam jeito pra isso. [...] Mas tem gente que simplesmente não leva jeito. [...] Ele precisa ter a consciência de que se ele não leva jeito, alguém vai ter que fazer isso pra ele se ele quiser viver de música. Você tem dois caminhos: ou você vai ser um músico empreendedor - que aprende, que vai fazer por conta. Ou chama alguém. Alguém vai ter que fazer se você quiser viver de música.

#### 6.4.4 Considerações finais dos músicos redigidas na pesquisa *online*

Ao final do questionário, foi deixado um espaço para que os participantes comentassem, caso quisessem, alguma questão sobre o cenário do entretenimento envolvendo música em Curitiba. 57 pessoas responderam com opiniões e relatos sobre o assunto.

A diversidade de estilos foi um dado presente nesses comentários, como por exemplo nestes relatos:

Cosmopolita musical, muitas pessoas, muitos estilos, mistura-se samba com jazz com maracatu com rock com blues com muita cultura, Curitiba povo de muitos povos, mescla nova, porém de muito valor;

Conheci muitas bandas de Curitiba entre 1987 e 2007 e o que mais me deixava surpreso era a ‘promiscuidade’ musical, vários músicos faziam parte de várias bandas, cada uma com um estilo diferente, mas com músicos em comum! Isso era muito legal e muito bom para a cena local! Essa é uma ótima recordação que tenho da cena curitibana!;

Curitiba é uma cidade cosmopolita. Tem público para todos os gostos, mas a competição é acirrada.

Durante toda a etapa de coleta de dados, percebe-se um posicionamento bastante crítico das pessoas em relação à música. Os próprios músicos reconhecem este traço na personalidade curitibana: “deu certo em Curitiba, vai dar certo em todo o país!”; “acho que reclamações não melhoram nada. Artistas que sabem usar as redes sociais e fazer contatos conseguem ir mais longe”.

Nesta última questão, os entrevistados ainda direcionaram críticas e comentários das mais diversas áreas, com diversos temas:

É preciso olhar além do Centro-Batel, é preciso pensar maneiras de pagar bem os músicos e ao mesmo tempo diminuir, até zerar o preço do ingresso, é preciso movimentar outros bairros e tudo isso se liga à maneira de viver na cidade, de prestigiar tudo e não apenas a música. Precisamos fazer no micro o oposto da desvalorização da cultura que vemos no país todo, temos que nos autoproduzir e ajudar mutuamente, pois há cada vez menos incentivo do governo para a arte;

Desde que comecei atuar aqui, apareceram muitos novos artistas. Mas penso que ainda existem muitas ‘panelas’. O cenário musical é rico, mas bastante competitivo. Os projetos diminuíram bastante como tudo que diz respeito à cultura em nosso país. Mas creio que a música sempre resistirá às intemperes. Somos seres musicais por natureza humana. O que eu acredito de fato é que tudo que tem qualidade consegue se manter;

É difícil fazer uma análise num momento em que o país atravessa uma crise. Mas o que posso dizer é que os cachês não sobem, e tem bandas tocando por cerveja. E isso já vem de antes da crise. Sem a união dos músicos vai ser difícil mudar esse cenário;

Falar que as bandas tem que se unir não é o correto, amigos no meio musical todos temos, mas esse negócio de cena musical é complicado, hoje qualquer um que tenha



um instrumento, estuda com vídeo aula uns 2 meses e já acha que toca, forma banda, e sai tocando por duas cervejas aí, tirando lugar de músico formado, experiente e pai de família que depende de espaço para garantir seu sustento, no meu ver é injusto”; “O cenário musical geral precisa de mudanças.

Sem estrutura, sem *mainstream*, sem patrocínios e eventos voltados as bandas autorais, sem rádio ou TV. Curitiba ficará sempre dentro da bolha consumindo, covers de ACDC, Pink Floyd, Led Zeppelin e Iron Maiden, vide o número de bandas que fazem covers das bandas citadas;

Não sou o maior conhecedor, mas sinto que o cenário autoral na música popular em Curitiba é fraquíssimo. Com raras exceções que conheço, as pessoas ou grupos que se autopromovem como músicos autorais são músicos empíricos sem conhecimento algum, que reproduzem uma música insípida e sem qualquer originalidade. Vejo uma postura adolescente de jovens que pensam que farão sucesso magicamente com seu ‘talento’. Sinto que falta conhecimento e interesse;

Os bares exigem cada vez mais das bandas. O cachê nunca aumenta. As bandas fazem papel de divulgador, *web designer*, *jukebox* e inúmeras outras, além de tocar. As funções e tempo de palco aumentam cada vez mais. Os bares em sua maioria têm cada vez menos qualidade e estrutura. Tocar/cantar bem é o que menos importa para o contratante hoje em dia. Devido a isso tudo e muito mais, vejo cada vez mais músicos desistindo no meio do caminho;

Ser um músico em Curitiba é difícil. Os repertórios das bandas são sempre muito similares, tornando fácil a substituição de bandas. Há muitos músicos tocando por quase nenhum dinheiro ou até de graça mesmo. Esse comportamento afeta todos os outros músicos trabalhando na cena. Quando mais fácil for encontrar um músico que toque por nada, mais difícil vai ser receber um cachê digno;

A cena musical autoral curitibana não leva a sério a atividade como uma profissão. A maioria dos músicos atua como um *hobby*. Na hora em que isso cansa ou é necessário dar mais atenção ao lado profissional para garantir o dinheiro em casa, as bandas e projetos acabam;

Muito talento, principalmente na música autoral. Mas com poucos espaços para se apresentar. Público que não se preocupa com música, só serve de segundo plano para beber e conversar;

Sinto que estamos parados no tempo, as vezes perco o fervor. Mesmas pessoas, mesmas bandas de sempre, inclusive a minha. Quero ver a moçada tocando, compondo, curtindo música como antes, mas está ficando mais difícil a cada dia que passa. Faltam mulheres na cena, nas bandas, nas produções, as que tocam têm suas bandas, sempre as mesmas bandas, sempre. Que de alguma maneira, o som da cidade chegue nas novas caras da música, e que cada artista fique eternizado e seja um dia lembrado;

Acho que o Paraná não tem uma identidade musical, somos covers, sempre lutei pela obrigatoriedade de pelo menos 30% dos artistas locais na programação das rádios paranaenses, mas não é de interesse dos políticos, já que são donos de praticamente todos os meios de comunicações e ficariam sem o tão precioso jabá;

A velha máxima de que os músicos precisariam se unir para transformar o cenário em um cenário viável na cidade de Curitiba continua valendo depois de quase 30 anos da mesma conversa. Minha teoria pessoal é de que não existe oportunidade para todos no nosso mercado tão pequeno e desvalorizada. Por isso as pessoas tendem a trabalhar com pensamento mais egoísta e não se importando com o trabalho dos outros e com a oportunidade de transformar o mercado em uma comunidade musical;

A cena musical é inexistente na minha opinião. Depende de qual lado dos muros do CMPB por exemplo, você está. Bares estão indo à falência. Teatros públicos são burocráticos e engessados e Teatros Privados cobram muito caro o aluguel. Em breve não terá mais espaços;

Infelizmente vejo muita gente despreparada se anunciando e se vendendo como músico. Vivemos em épocas de grandes inversões de valores e conceitos, e isso se reflete diretamente no que então chamamos de "cena". Como produtor musical, tenho muita dificuldade para encontrar material humano qualificado para corresponder a muitas coisas que preciso;

Vejo também muitas ferramentas de cultura do nosso sistema, como teatros, editais, e projetos e espaços culturais que são conduzidos por pessoas que colaboram com um sistema que favorece a conveniência de alguns. E dessa forma funciona como uma espécie de “feudo”;

Acho isso nocivo para o futuro da cultura. E entendo este corporativismo da conveniência, como um sintoma de uma conduta governamental que perdura por décadas no Brasil, e descreve um sistema que investe sempre na ignorância e nunca na cultura. Muito triste pela dissolução da cultura e a prevalência do entretenimento;

Falta público, é preciso formar plateia.

Existe um argumento implícito na maioria dos relatos dos entrevistados que é a carência de um mercado profissional da música em Curitiba. Muitos participantes denunciaram o “amadorismo” e a dificuldade em tratar a música como um negócio, o que se exemplifica melhor por estas opiniões:

Primeiramente profissionalizar o músico, depois vender melhor produto;

Curitiba tem muita gente boa produzindo música de qualidade. Faltam produtores que consigam transformar isso em um negócio autossustentável;

Na minha experiência, tenho impressão que em termos de produção, de experiência profissional em produzir espetáculos, shows, projetos, me parece que Curitiba ainda tem uma imensa maioria de amadores que pensam ser profissionais. Sendo assim, enquanto a cultura geral da arte da cidade não se profissionalizar, ou seja, compreender com mais acuidade quais as responsabilidades de um e outro dentro do trabalho de produção em artes, acho que Curitiba não despontará no cenário nacional. Poucas pessoas são realmente profissionais e não percebo espaços de formação real nesse sentido;

Eu acredito que a intenção das bandas (de rock) é boa, existe até um cunho social (manter vivo o estilo que infelizmente está em decadência), porém existem algumas dificuldades que citei anteriormente: 1) a desunião entre os músicos/bandas - é perceptível como cada um quer defender apenas o seu e não o coletivo; 2) a falta de valorização do próprio trabalho - tocam de graça ou em troca de duas cervejas, enfim, o português bem claro, se prostituem e isso naturalmente enfraquece toda a classe; 3) o público admira o trabalho, porém não se envolve mais profundamente na causa - reclamam de pagar o valor de entrada, não comparecem aos shows, não adquirem produtos da banda (CD's, *merchandising* em geral), 4) os empresários dos bares desvalorizam os músicos, muitos acham que estão fazendo um favor, e não fazem a leitura que boas bandas/músicos atraem público e os ajudam a manter seus bares bem frequentados e por consequência a encher seus bolsos ‘\$\$\$’, que aliás, dá impressão que este é o único interesse deles. E pra ajudar, alguns destes empresários agem de forma completamente incoerente, beirando a falta de caráter, como por exemplo, o

cúmulo de não pagar o cachê da banda. Neste tema, existem também alguns ‘intermediários’ (pra não chamar de criminosos) na cidade que dão calote nas bandas; 5) os empresários acabam se fechando e trabalhando com as mesmas bandas e não oxigenam o *line-up*<sup>118</sup> de atrações, isso também gera um desgaste no público, que fica entediado de sempre ter que ouvir as mesmas músicas e piadas todo final de semana, e também as boas bandas que acabam ficando sem espaço; 6) não há investimento na infraestrutura de vários bares, equipamentos de palco sucateados, gerando riscos para os músicos e também para o público (estilo boate Kiss), sem contar com o cúmulo de alguns bares comercializarem bebidas adulteradas/falsificadas para seus clientes; 7) não sei como está essa questão, mas até pouco tempo atrás, havia uma rixa ridícula entre bares que cobram entrada *versus* bares que não cobram, e quem pagava o pato eram as bandas, pois tinham que ficar limitadas a tocar com exclusividade em um dos ‘times’. Enfim, todas essas dificuldades enfraquecem a cena e desmotivam as antigas e novas gerações de músicos, seria muito importante que as pessoas tomassem conhecimento destes detalhes e se envolvessem para que a cidade seja uma referência no campo da música.

Os profissionais que concederam entrevistas para este trabalho comentaram vastamente a falta de profissionalismo e a carência de um mercado musical na capital paranaense. Zé Rodrigo explica sua perspectiva (informação verbal):

[...] Acho que o maior defeito da cultura musical curitibana é a falta de profissionalismo. Mas não das pessoas. Falta profissionalismo. Falta um *environment*, falta um ambiente profissional da cidade. Profissional mesmo. Porque as pessoas chegam a até às vezes a dizer assim ‘olha, precisa haver um sindicato’ - não precisa haver reuniões como as pessoas acham que precisa, juntar músicos pra fazer um sindicato de músicos para cobrar dos bares, isso nunca vai acontecer. Tem cara que vai chegar lá e vai dizer ‘eu sou dentista, eu não sou músico, eu toco porque eu quero, se eu quiser eu toco de graça’ - e você não vai poder fazer nada sobre aquilo. O que falta é exatamente isso. É juntar algumas bandas boas de Curitiba, [...] na minha opinião, como empreendedor, as bandas boas são as que têm a agenda mais concorridas. As bandas boas são as que vendem mais. Não importa se você gosta ou se você não gosta. Se vai achar ruim ou se elas não são tão boas. Mas elas vendem. No mínimo essas bandas tinham que se comunicar entre elas, no mínimo. E fazer acontecer. E funciona. Porque eu já fiz isso. [...] Produto é formado por duas pontas: marca e posicionamento. [...] Marca e posicionamento vão fazer você chegar no público que você quer. [...] Você não precisa ser bom, você não precisa ser melhor do que fulano de tal. Tem gente, principalmente em Curitiba, que é uma cidade muito tradicionalista e boba nesse sentido que ainda está nessa. ‘Tem que tocar melhor guitarra que fulano’. Isso nunca existiu na verdade. O artista tem que saber só uma coisa: pra quem ele quer vender. [...] Eu, Zé Rodrigo, só trabalhei com a música que eu gostava de ouvir. Tem gente que não faz isso. Te dou um exemplo prático. Eu tenho vários amigos, excelentes músicos que tocam pagode e funk. [...] E eles fazem isso com tranquilidade. Porque pra eles ganhar dinheiro com música, seja ela qual for é mais importante. Eu, não. Eu queria fazer a música que eu gosto. Pra isso eu precisava que o mercado me identificasse como aquele cara. Pra ele me identificar como aquele cara eu tinha que ter uma marca e um posicionamento. Tinha que ter um posicionamento. [...] O serviço é o tempo que você gasta para executar o trabalho. [...] Tempo e energia saem mais caro. Em 2011 e 2010 o mercado começou a cair. As empresas pararam de fazer eventos para 4 ou 5 mil pessoas. Eles começaram a fazer eventos menores. Porque o *marketing* também gera uma necessidade de você atender melhor os seus clientes. [...] E aí, a *Soulution* ficava mais gente em cima do palco do que em baixo. Aí o que aconteceu? Surgiu um novo produto na nossa produtora. Que era o que? ‘Precisamos criar um produto que seja menor porque o nosso serviço está

<sup>118</sup> Expressão em inglês que, quando utilizada neste caso, significa “atrações”.

ficando muito caro’. Dentro dessa lógica surgiu o segundo produto que tenho na produtora. A gente sentou e falou assim: ‘a gente vai criar um produto do zero? Uma marca?’ ‘Depois da marca *Soulution Orchestra*, a gente já tem um produto fomentado dentro do mercado’. ‘Qual é?’ ‘O seu nome’. Então o segundo melhor produto que a gente tem dentro da produtora não é uma banda começando do zero, é o nome Zé Rodrigo. O Zé Rodrigo da *Soulution* é uma banda menor. [...] Então ficou certo que iam me lançar como cantor solo. [...] Eu só topei porque isso implicaria em ter um produto que já estava pré lançado. Dentro de um evento eu posso tocar de Frank Sinatra a Metallica, por exemplo. Porque são coisas que eu gosto. E, por isso, que se solidificou nosso último produto que se chama *Multi Music Man*. É um produto que iremos usar nos Estados Unidos, onde as pessoas não conseguem falar meu nome. Então o produto não poderia ter o meu nome. O nome por si já fala o que é. Eu só preciso agora implantar no mercado o posicionamento, que as pessoas entendam ‘é o cara de terno.

Mais além, Ivan Junior estende sua crítica para a educação e formação do profissional de música e explica que esta foi a razão que o levou a interromper seu negócio de gestão de bandas (informação verbal):

O principal problema [...] é a educação. Foi um dos pontos da gente pivotar o negócio no passado. De retransformar ele, porque o que a gente trouxe pro mercado musical, ele não estava pronto ainda. Porque o que a gente traz é profissionalizar o músico. E aí o músico não sabe ser profissional. E daí, pra você fazer isso, é a mesma coisa que educação básica. [...] Eu conheço centenas de bandas e músicos que vivem de música [...]. Mas o cara tem um nível de amadorismo no que ele faz muito grande. Ele perde oportunidades. Muitas oportunidades. Ainda mais esses que conseguem um pouco mais de alcance. Não é à toa que vários dão um ‘boom’, parece um foguete, mas daí bate no teto, não consegue continuar em frente. São poucos que conseguem porque são profissionais. O principal problema é educação básica de como ter uma carreira musical. Isso não se ensina na faculdade. [...] Você aprende um monte de coisa que não tem a ver com o negócio da música. [...] Conheço também especialistas, mestrado, doutorado e é o mesmo formato dos anos 80 que funcionou, eles ainda ensinam. [...] Que você tem que trabalhar com uma gravadora. Isso aí já era, não tem mais o que fazer.

## 6.5 MAPAS DA CENA ROCK EM CURITIBA

Nesta seção, serão apresentados alguns mapas decorrentes da etnografia na cena rock de Curitiba. O intuito deste subcapítulo é apresentar os mapas como parte do resultado da cartografia.

Convém, antes de pontuar a localização dos espaços em que ocorrem apresentações ao vivo de rock em Curitiba, apresentar o mapa da própria cidade e suas Regionais. Segundo o site da Prefeitura Municipal de Curitiba (PMC), “Regional é a área de abrangência de cada território em que a cidade está dividida administrativamente. Curitiba possui dez Regionais, destinadas à operacionalização, integração e controle das atividades descentralizadas”<sup>119</sup>. De acordo com

<sup>119</sup> Fonte: <https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/o-que-sao-administracoes-regionais/80>

a prefeitura, a administração das Regionais “são responsáveis por conectar as ações das Secretarias e Órgãos que compõem a gestão aos reais interesses da comunidade. A sua estrutura está implantada nas Ruas da Cidadania”, que por sua vez, são equipamentos municipais onde se disponibiliza serviços públicos de infraestrutura urbana (PREFEITURA DE CURITIBA, 2019). Entende-se a divisão da cidade dessa forma como uma maneira de aproximar o microambiente do macroambiente administrativo da cidade.

Em matéria disponibilizada em Novembro de 2015 no site da Prefeitura, a então Administração das Regionais<sup>120</sup> explica (informação verbal): “[...]a gente tenta deixar por regional mais ou menos a mesma quantidade de população”. Ainda segundo o site da Prefeitura, a divisão em Regionais leva em conta a:

Uniformidade de população e também mesmo fator social e econômico da população. [...] Os 1,8 milhão de habitantes que temos se espalham por toda a cidade. Vários bairros têm as suas configurações próprias e nós procuramos então que as administrações regionais deem atendimento personalizado a esses grupamentos que têm essas características socioeconômicas que se aproximam (PREFEITURA DE CURITIBA, 2015).

Essa informação é pertinente ao tema porque nos permite relacionar os ambientes da cena musical com a densidade demográfica e as classes sociais que ocupam os espaços de acordo com os bairros em que estes locais estão situados, uma vez que existe, de acordo com a PMC, uma categorização das Regionais que também leva em conta a renda dos habitantes dentro da delimitação estipulada pela Prefeitura.

FIGURA 15 – QR CODE PARA DADOS DAS REGIONAIS

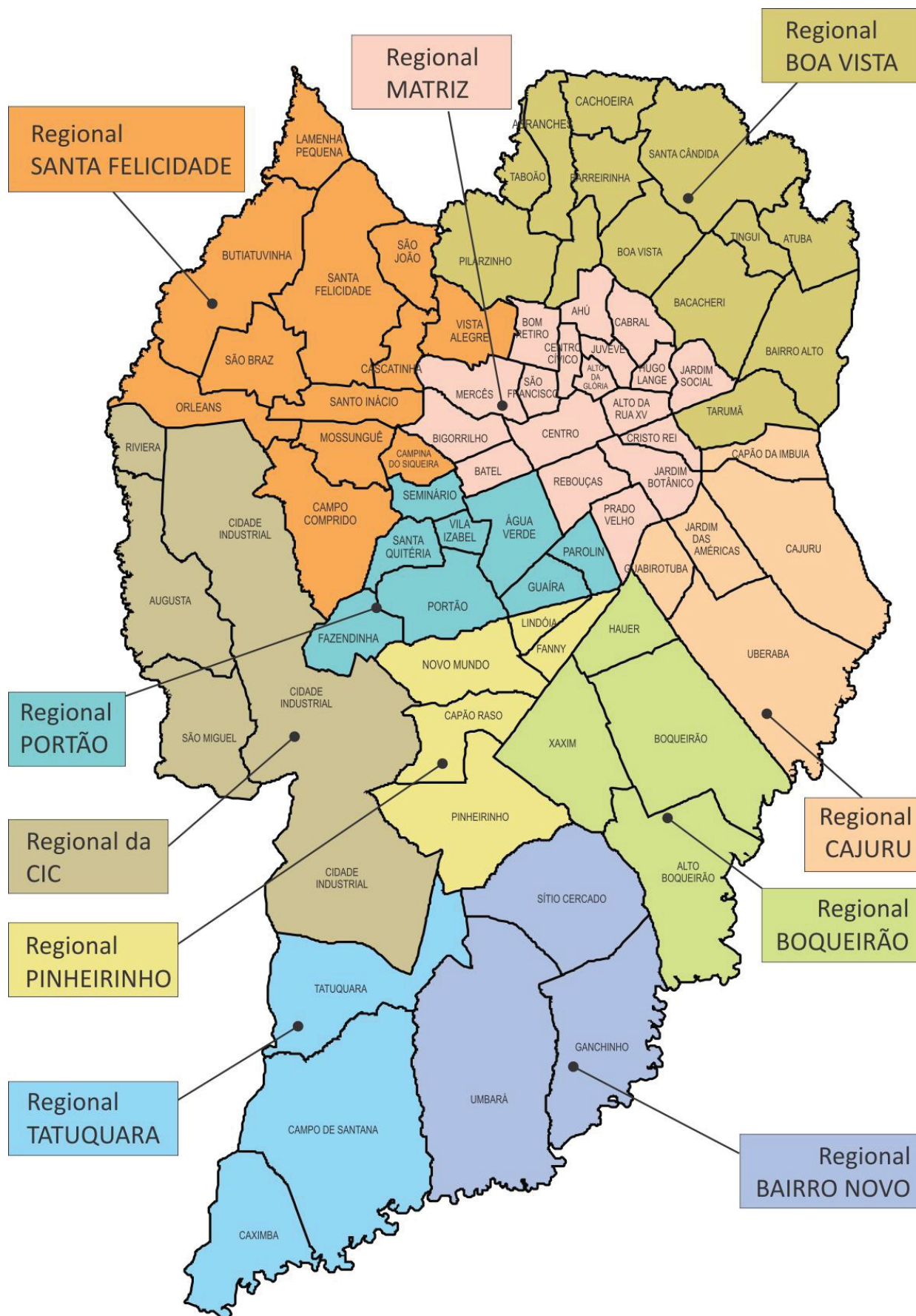


FONTE: IPPUC (2020)

<sup>120</sup> O autor do áudio não está identificado no site da Prefeitura, mas entende-se que, pelo conteúdo do arquivo, é um dos responsáveis pela divisão do mapa de Curitiba em Regionais.



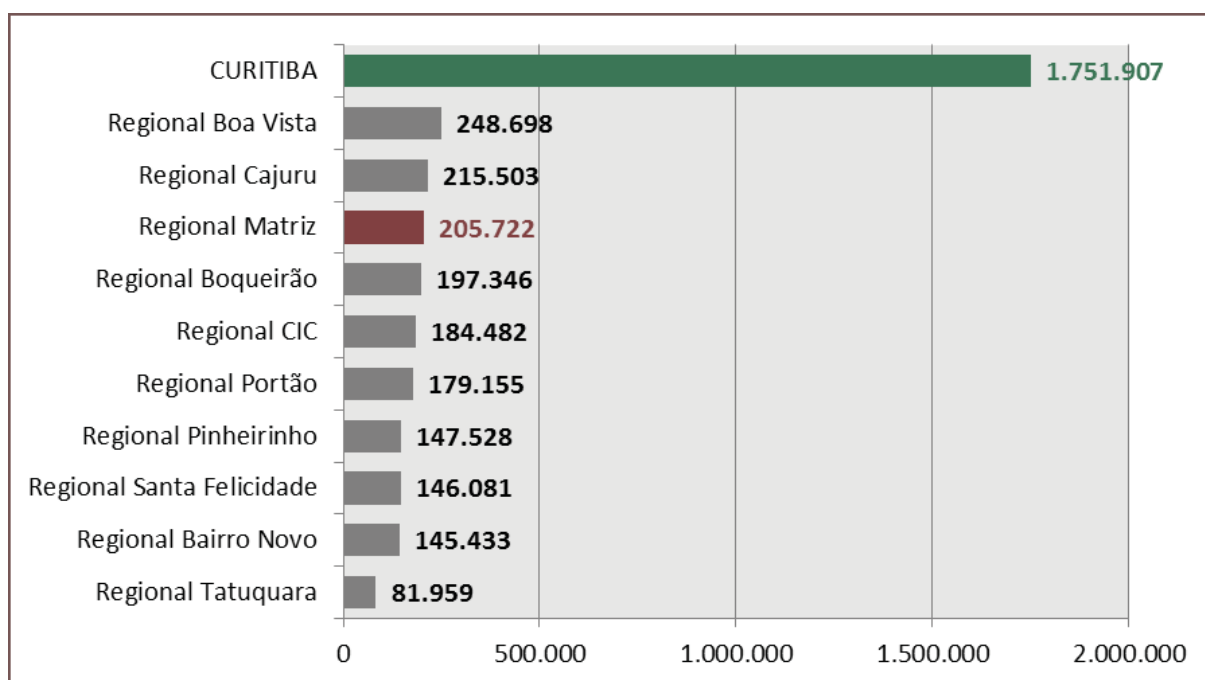
FIGURA 16 – MAPA DAS ADMINISTRAÇÕES REGIONAIS DE CURITIBA



FONTE: IPPUC (2020)

De acordo com o último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010, Curitiba tinha 1.751.907 habitantes. A estimativa é que, a partir de 2018, a cidade passou a ter 1.917.185. Os dados do GRÁFICO 35 ilustram a distribuição dos habitantes pelas Regionais e, a seguir, a TABELA 1 e o GRÁFICO 36 demonstram a densidade demográfica de cada Regional e a renda mensal dos domicílios.

GRÁFICO 35 - RANKING POPULACIONAL DAS REGIONAIS – 2010



FONTE: IBGE-Censo Demográfico 2000 e 2010 / IPPUC-Banco de Dados<sup>121</sup>

<sup>121</sup> Disponível em: <http://www.agencia.curitiba.pr.gov.br/arquivos/regionais/perfil-economico-regional-matriz.pdf>

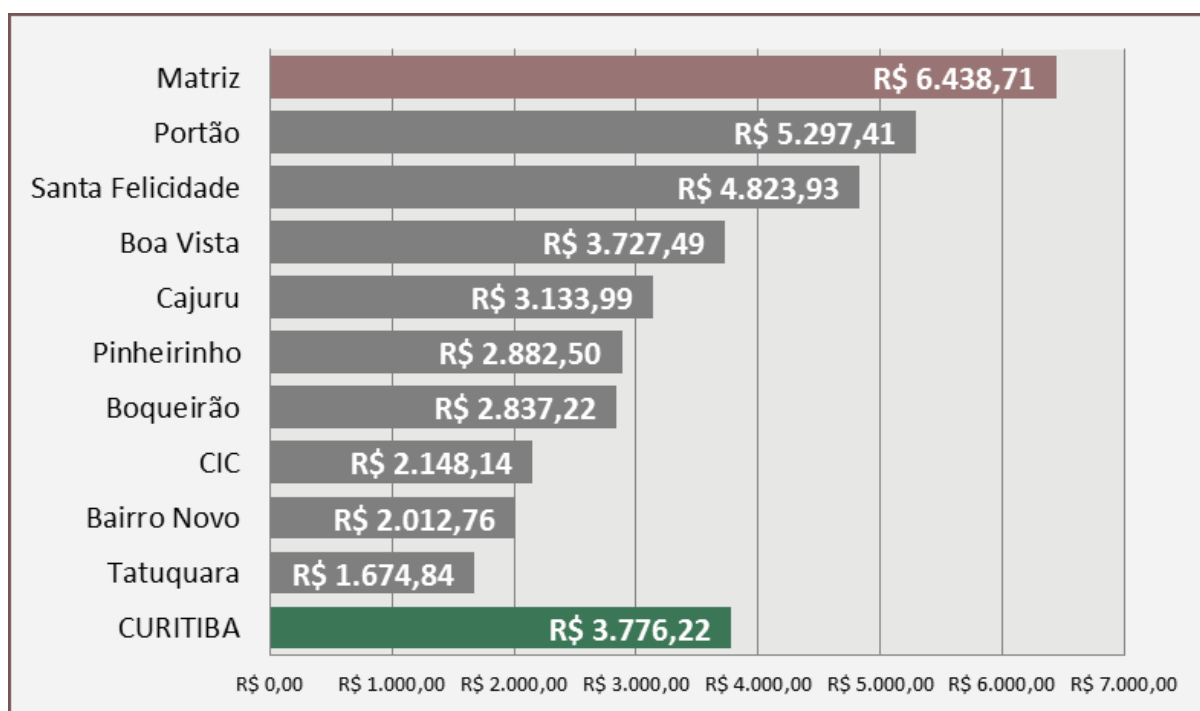


TABELA 1 – ÁREA E DENSIDADE DEMOGRÁFICA DAS REGIONAIS – 2010

Regional	Área (Km²)	Área (m²)	População	Densidade Demográfica (hab/km²)
Bairro Novo	45,01	45.008.334	145.433	3.231,25
Boa Vista	62,51	62.510.909	248.698	3.978,47
Boqueirão	39,81	39.806.629	197.346	4.957,62
Cajuru	35,76	35.764.851	215.503	6.025,55
CIC	63,46	63.459.391	184.482	2.907,09
Matriz	35,93	35.931.922	205.722	5.725,33
Pinheirinho	24,71	24.712.580	147.528	5.969,75
Portão	24,37	24.369.499	179.155	7.351,61
Santa Felicidade	62,22	62.218.359	146.081	2.347,88
Tatuquara	41,03	41.029.470	81.959	1.997,56
Curitiba	434,81	434.811.944	1.751.907	4.029,13

FONTE: IPPUC - Banco de Dados (2020)

GRÁFICO 36 – RANKING DO RENDIMENTO NOMINAL MÉDIO MENSAL DOS DOMICÍLIOS PARTICULARES PERMANENTES NAS REGIONAIS - 2010

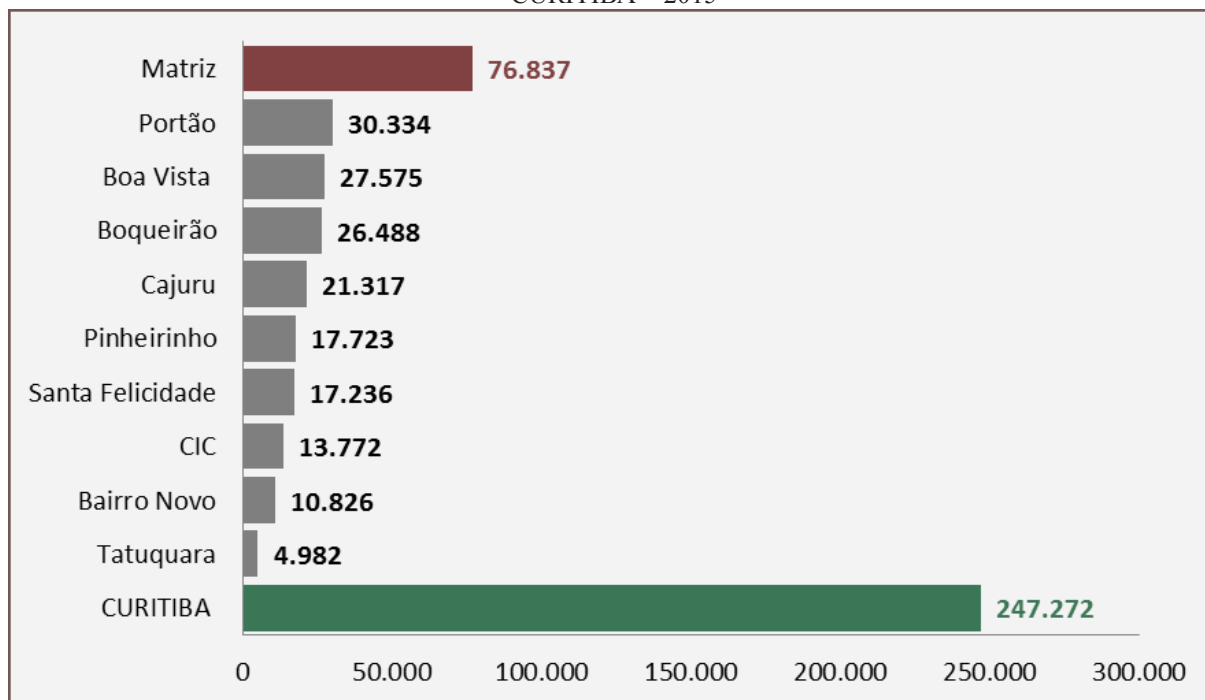


FONTE: IBGE - Censo Demográfico 2010 / IPPUC - Banco de Dados / Monitoração

De acordo com esses dados, aponta-se as Regionais Boa Vista, Cajuru e Matriz como as mais povoadas, respectivamente. Quanto à densidade demográfica, as Regionais do Portão, Cajuru e Pinheirinho se destacam respectivamente com a maior concentração de habitantes por Km². As Regionais com maior renda mensal por domicílio são, respectivamente a Matriz,

Portão e Santa Felicidade. Acompanhando este dado, o GRÁFICO 37 atribui às Regionais Matriz, Portão e Boa Vista como sendo as que possuem mais estabelecimentos econômicos formais, nessa ordem.

GRÁFICO 37 – RANKING DOS ESTABELECIMENTOS ECONÔMICOS FORMAIS NAS REGIONAIS EM CURITIBA – 2015



Fonte: Secretaria Municipal de Finanças (SMF) / Cadastro de Liberação de Alvarás – 2015

Os números apresentados anteriormente servem para embasar a análise dos mapas originados a partir da etnografia da presente pesquisa quanto à disposição dos locais em que se acontecem apresentações ao vivo. Primeiramente, destaca-se o macroambiente, que entendemos pela totalidade de locais em que foram citados como ponto de encontro para a escuta e interação com apresentações musicais ao vivo, sem alguma restrição por gênero musical.

#### 6.5.1 Cartografia do macroambiente da cena musical rock de Curitiba

Até o presente momento, foram providas pela etnografia, 155 dessas regiões sociais, muitos são espaços momentâneos, outros são estabelecimentos que durante o recorte temporal da pesquisa já declararam falência. Estas possibilidades de nuances na cartografia são parte intrínseca do exercício de se cartografar uma cena musical, que é um fenômeno por si só mutante e suscetível a flexibilidades, portanto, respeitando o recorte temporal estipulado no

início da pesquisa, os locais citados serão dispostos no mapa, entendendo que fazem parte desse período estudado independente da sua efemeridade. Dado a proporção do mapa de macroambiente, resultante desta etapa, fica inviável colocá-lo (impresso) em sua totalidade neste documento e, por esta razão, será disponibilizado o *link* para acesso *online* pela plataforma *Tripline*.

FIGURA 17 – QR CODE DE ACESSO PARA O MAPA DOS LOCAIS DESCRITOS NA PESQUISA ONLINE



FONTE: O autor (2020)

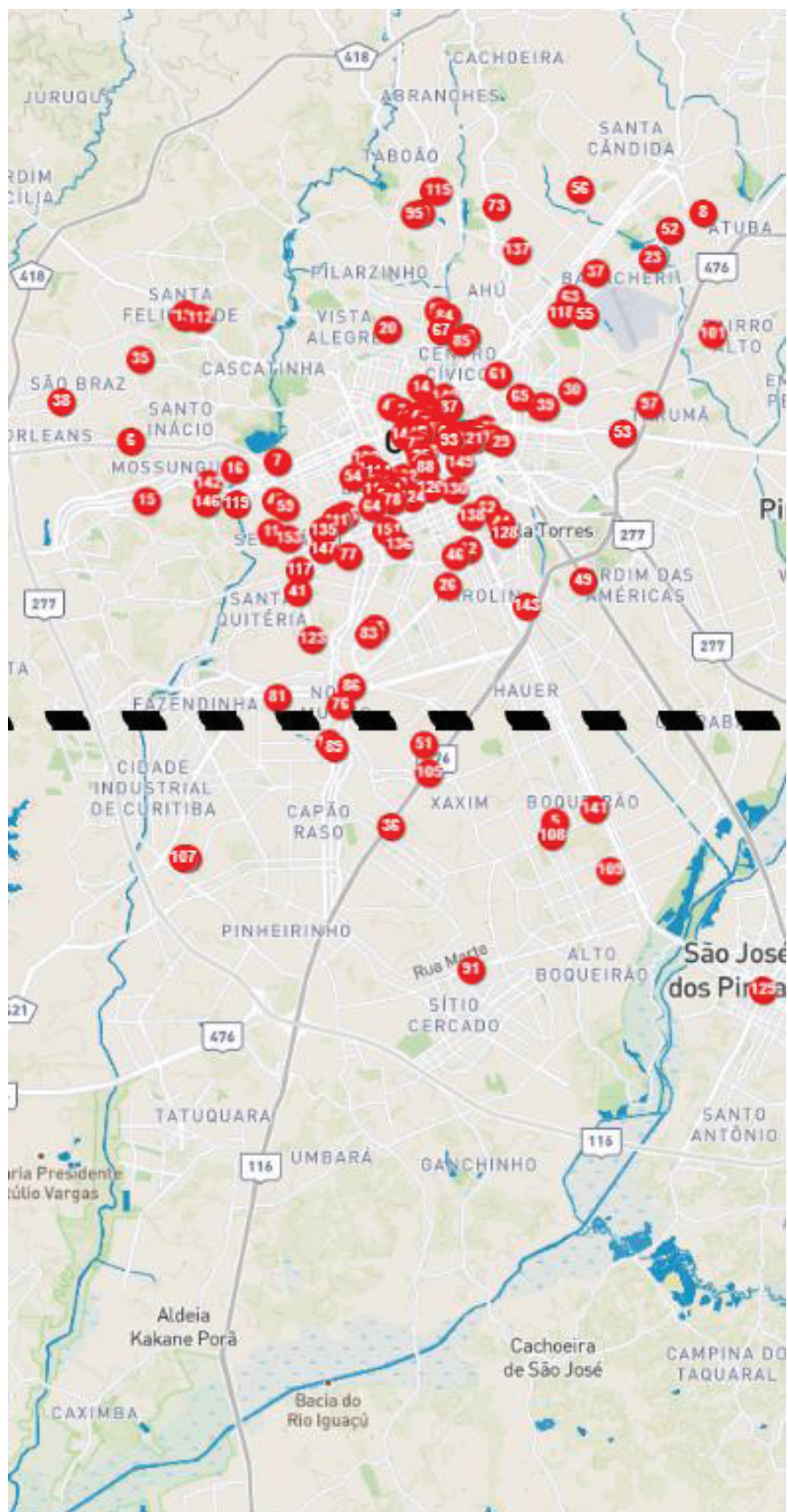
A maior parte dos locais apresentados pelo mapa de que a FIGURA 17 faz referência está distribuído na região central de Curitiba. As Regionais com maior concentração de espaços para apresentações musicais ao vivo foram, respectivamente, Matriz e Portão. Por conseguinte, as Regionais Santa Felicidade e Boa Vista equipararam-se em número de locais. As demais apresentaram poucos e dispersos espaços. A única Regional de Curitiba a qual o presente estudo não conseguiu nenhum dado sobre locais de apresentações musicais ao vivo, de qualquer gênero musical, foi a Regional Tatuquara, formada pelos bairros Tatuquara, Campo de Santana e Caximba. A Regional Bairro Novo apresentou apenas um local.

O primeiro dado qualitativo que emerge deste mapa, em relação aos dados quantitativos providos pela Prefeitura Municipal de Curitiba é que, se traçarmos uma “linha horizontal imaginária” cortando o território de Curitiba ao meio, dividindo entre porções norte e sul, a partir do bairro Fazendinha, que está localizado no limite sul da Regional Portão, nota-se que a maior parte (85% aproximadamente) dos locais que apareceram na etnografia deste trabalho encontra-se concentrada na porção centro-norte da cidade.





FIGURA 19 – DIVISÃO HORIZONTAL DO MAPA DE CURITIBA E A DISPOSIÇÃO DOS LOCAIS COM MÚSICA AO VIVO



FONTE: O autor (2020)

### 6.5.2 Cartografia do microambiente da cena musical rock de Curitiba

Seguindo o recorte de 50 locais para a elaboração de um mapa contendo as localidades em que apresentações rock se fazem presente, a partir das metodologias empregadas, se extraíram os dados que deram origem ao mapa da cena rock estudada nesta pesquisa: endereço; capacidade de público; gêneros musicais trabalhados, tamanho dos grupos musicais que o local comporta – duos, trios, quartetos, etc; tipo de estabelecimento – bar, pub, teatro, etc.

A partir de um mapa do arruamento de Curitiba disponibilizado pelo IPPUC (2019) e edições no *software Phostoshop*, foram dispostas as localidades da cena rock estudada e atribuídas manchas em cada localidade de acordo com a capacidade de público de cada local. Isto foi feito para nos dar noção de como se distribuem os eventos de rock na cidade e suas proporções de público. A cada local foi atribuído um número de legenda, que está indicado na TABELA 2 em que se corresponde ao nome do local pontuado no mapa<sup>122</sup>.

FIGURA 20 – QR CODE DE ACESSO AO MAPA VIRTUAL DA CENA MUSICAL ROCK DE CURITIBA SEGUNDO A ETNOGRAFIA



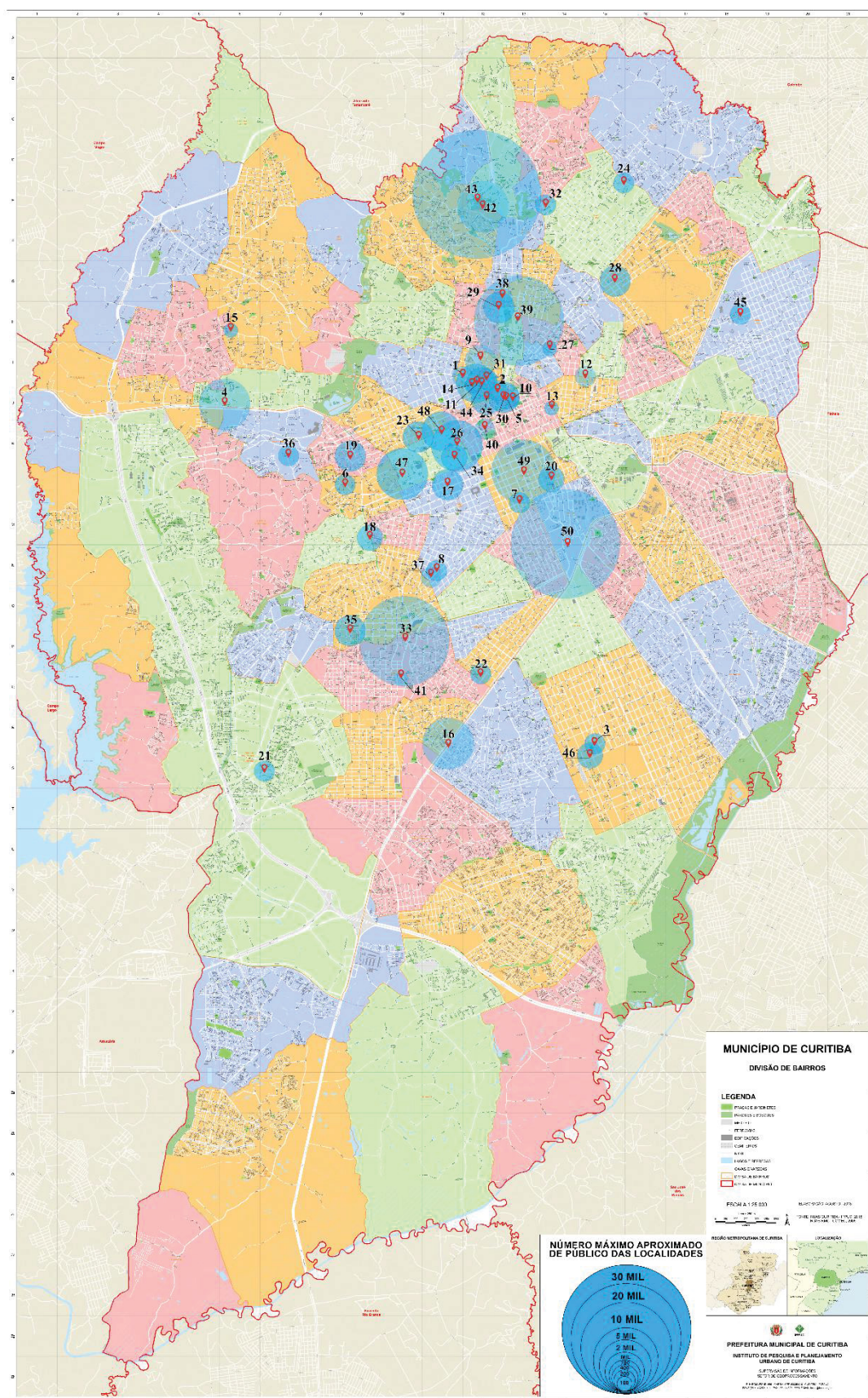
FONTE: O autor (2020)

---

<sup>122</sup> Optou-se por disponibilizar uma versão digital a fim de proporcionar ao leitor uma melhor definição de imagem juntamente com a possibilidade de se ler a TABELA 2 ao mesmo tempo em que se observa o mapa.



FIGURA 21 – MAPA DA CENA MUSICAL ROCK DE CURITIBA SEGUNDO A ETNOGRAFIA



Fonte: O autor, adaptado de IPPUC (2020)



TABELA 2 – DADOS QUANTITATIVOS DO MAPA DA CENA ROCK DE CURITIBA SEGUNDO A ETNOGRAFIA

(continua)

Legenda	Nome do Espaço	Endereço	Bairro	Capacidade aproximada de público (nº de pessoas)	Gêneros musicais	Tamanho dos grupos musicais (nº de integrantes)
1	92 graus	Av. Manoel Ribas, 108 - São Francisco, Curitiba - PR, 80510-020	São Francisco	200	Rock autoral	Até 5
2	Aoca Bar	R. Treze de Maio, 600 - São Francisco, Curitiba - PR, 80510-030	São Francisco	150	MPB, Rock, Pop	Até 5
3	Aqualung	R. Gabriel Corisco Domingues, 870 - Boqueirão, Curitiba - PR, 81670-370	Boqueirão	200	Rock	Até 5
4	Armazém Garagem	Rodovia Curitiba - Ponta Grossa Br-277, 2630 - Santo Inacio, Curitiba - PR, 82305-100	Santo Inácio	1015	Bandas de rock. Rock clássico, rock internacional, nacional e blues	Até 6
5	Bar do Fogo	R. São Francisco, 148 - Centro, Curitiba - PR, 80020-190	São Francisco	100	Choro, Samba, Jazz, Rock autoral, Blues	Até 6
6	Bar Doce Lar	Av. N. Sra. Aparecida, 1117 - Seminário, Curitiba - PR, 80310-100	Seminário	150	Samba e Rock	Até 10
7	Barbarium	R. Chile, 1765 - Rebouças, Curitiba - PR, 80220-181	Rebouças	150	Pop Rock, Rock Classico, Blues, Jazz	Até 4
8	Bardo Tataara	Av. dos Estados, 810 - Água Verde, Curitiba - PR, 80610-040	Água Verde	150	Sem Restrição, autoral, rock, reage, só não toca sertanejo	Até 5
9	Basement	R. Des. Benvindo Valente, 260 - São Francisco, Curitiba - PR, 82590-300	São Francisco	454	Sem Restrição	Até 10
10	Bicicletaria Cultural	R. Pres. Faria, 226 - Centro, Curitiba - PR, 80020-290	Centro	80	Sem Restrição - mpb, autoral, rap, punk, reage, cordel, independente	Até 8
11	Blood	Rua Presidente Carlos Cavalcanti, 1212 - São Francisco, Curitiba - PR, 80510-040	São Francisco	700	Hard Rock e Heavy Metal	Até 5
12	Bola Snooker	Rua Itupava, 1020 - Alto da XV	Alto da XV	150	Pop Rock	Até 4

TABELA 2 – DADOS QUANTITATIVOS DO MAPA DA CENA ROCK DE CURITIBA SEGUNDO A ETNOGRAFIA

						(continuação)
13	Casa Quatro Ventos	R. da Paz, 51 - Centro, Curitiba - PR, 80060-160	Centro	50	Sem restrição	Sem restrição
14	Casinha	R. Portugal, 54 - São Francisco, Curitiba - PR, 82590-300	São Francisco	50	Hardcore, punk, grunge, metal, indie, progressivo, alternativo,	Até 5
15	Chapéu Velho	Rua Antônio Escorsin, 714 - São Brás, Curitiba - PR, 82015-310	São Brás	100	Pop Rock, MPB,	Até 4
16	Clay Highway	Rod, BR-116, 17253 - Capão Raso, Curitiba - PR, 81690-300	Capão Raso	1700	Pop Rock, Rock Classico, Blues, Hard Rock, Heavy Metal	Até 5
17	Crossroads	Av. Iguaçu, 2304 - Água Verde, Curitiba - PR, 80240-030	Água Verde	470	Rock Classico, Indie e Folk	Até 5
18	Detroit	Av. Presidente Arthur da Silva Bernardes, 816 - Portão, Curitiba - PR, 80320-300	Santa Quitéria	400	Rock	Até 5
19	Distrito 1340	R. Maj. Heitor Guimarães, 1130 - Campina do Siqueira, Curitiba - PR, 80740-340	Campina do Siqueira	497	Rock'n'Roll	Até 6
20	Dobrucki	R. Baltazar Carrasco dos Reis, 1090 - Rebouças, Curitiba - PR, 80215-160	Rebouças	300	Rock	Até 5
21	Dom Capone	R. Pedro Gusso, 4047 - Cidade Industrial de Curitiba, Curitiba - PR, 81315-000	Cidade Industrial	150	Rock	Até 5
22	Esquina do Maestro	R. Maestro Francisco Antonello, 2427 - Fanny, Curitiba - PR, 81030-100	Fanny	200	Rock	Até 2
23	Fresh Live Market	Alameda Dr. Carlos de Carvalho, 1652 - Bigorrilho, Curitiba - PR, 80730-200	Bigorrilho	500	Sem Restrição	Até 4
24	Hamburgueria Insensatos	R. Gen. Anor Pinho, 112 - Boa Vista, Curitiba - PR, 82650-140	Boa Vista	120	Rock	Até 5
25	Hangar Casa do Ócio	Alameda Dr. Muricy, 1091 - São Francisco, Curitiba - PR, 80020-040	São Francisco	450	Rock e Metal	Até 4
26	Hard Rock	R. Buenos Aires, 50 - Batel, Curitiba - PR, 80250-070	Batel	1091	Pop e Rock	Até 5
27	Hendrix	Rua Alberto Bolliger, 721 - Juvevê, Curitiba - PR, 80030-280	Juvevê	90	Rock e Blues	Até 5

TABELA 2 – DADOS QUANTITATIVOS DO MAPA DA CENA ROCK DE CURITIBA SEGUNDO A ETNOGRAFIA

(continuação)

28	Hora Extra	R. Holanda, 193 - Bacacheri, Curitiba - PR, 82510-190	Bacacheri	400	Samba e Rock	Até 5
29	John Bull	R. Mateus Leme, 2204 - Centro Cívico, Curitiba - PR, 80530-010	Centro Cívico	450	Rock	Até 5
30	Jokers Pub	R. São Francisco, 164 - Centro, Curitiba - PR, 80020-190	Centro	500	Rock	Sem Restrição
31	Lado B	R. Inácio Lustosa, 517 - São Francisco, Curitiba - PR, 80510-000	São Francisco	150	Rock, Underground	Sem Restrição
32	Linós Bar	Rua Paula Prevedello Gusso, 172 - Boa Vista, Curitiba - PR, 82540-380	Boa Vista	150	Rock, Punk, Metal	Até 5
33	Live Curitiba	R. Itajubá, 143 - Novo Mundo, Curitiba - PR, 81050-040	Novo Mundo	5000	Sem Restrição	Sem Restrição
34	Lounge Batel	R. Cel. Dulcídio, 918 - Batel, Curitiba - PR, 80420-170	Batel	300	Pop, Rock, Jazz	Até 5
35	Mercado Sal	R. Itacolomi, 1515 - Portão, Curitiba - PR, 81070-150	Portão	500	Sem Restrição	Sem Restrição
36	Mercadoteca	R. Paulo Gorski, 1309 - Mossunguê, Curitiba - PR, 81210-220	Mossunguê	150	Rock, Pop, Jazz, etc	Até 5
37	Mr Hoppy Água Verde	Av. dos Estados, 974 - Água Verde, Curitiba - PR, 80610-040	Água Verde	150	Rock e Blues	Até 2
38	Mr. Hoppy Mateus Leme	R. Mateus Leme, 2530 - Ahu, Curitiba - PR, 80530-010	Ahu	180	Rock clássico e blues	Até 3
39	Museu Oscar Niemeyer	R. Mal. Hermes, 999 - Centro Cívico, Curitiba - PR, 80530-230	Centro Cívico	5 mil	Sem restrição	Sem Restrição
40	O Equilibrista	Rua Emiliano Perneta, 297 - Centro, Curitiba - PR, 80010-050	Centro	180	Pop Rock	Até 3
41	Old Jack Garage	Rua Luiz Leopoldo Landal, 117 - Novo Mundo, Curitiba - PR, 81050-120	Novo Mundo	100	Pop Rock	Até 5
42	Ópera de Arame	R. João Gava, 970 - Abranches, Curitiba - PR, 82130-010	Abranches	1572	Sem restrição	Sem Restrição
43	Pedreira Paulo Leminski	Parque das Pedreiras - R. João Gava, 970 - Abranches, Curitiba - PR, 82130-010	Abranches	Até 30 mil	Sem restrição	Sem Restrição
44	Peppers	Rua Presidente Carlos Cavalcanti, 1122 - São Francisco, Curitiba - PR, 80510-040	São Francisco	500	Rock	Sem Restrição
45	Resistência	Av. da Integração, 935 - Bairro Alto, Curitiba - PR, 82840-290	Bairro Alto	130	Rock	Até 6

TABELA 2 – DADOS QUANTITATIVOS DO MAPA DA CENA ROCK DE CURITIBA SEGUNDO A ETNOGRAFIA

						(conclusão)
46	Sebas	R. Waldemar Loureiro Campos, 2632 - Boqueirão, Curitiba - PR, 81670-360	Boqueirão	300	Rock e Disco	Até 5
47	Sheridans	R. Bpo. Dom José, 2315 - Batel, Curitiba - PR, 80440-080	Batel	500	Pop e Rock	Até 8
48	Slainte	Alameda Pres. Taunay, 435 - Batel, Curitiba - PR, 80420-180	Batel	1000	Rock, Pop, Pagode, Funk	Até 5
49	Tork'n'Roll	Av. Mal. Floriano Peixoto, 1695 - Rebouças, Curitiba - PR, 82590-300	Rebouças	Até 5 Mil	Rock	Sem Restrição
50	USINA 5	R. Constantino Bordignon, 05 - Prado Velho, Curitiba - PR, 80215-300	Prado Velho	Até 6 mil	Sem restrição	Sem Restrição

FONTE: O autor (2020)

## 7 DISCUSSÃO

### 7.1 CENA MUSICAL ROCK CURITIBANA

#### 7.1.1 A perspectiva dos músicos atuantes na cena rock de Curitiba

De acordo com os resultados da pesquisa de macroambiente deste estudo, a maioria dos agentes musicais alcançados são homens (88,5%) com mais de 31 anos de idade (aproximadamente 65% da amostra) e que possuem graduação ou ensino médio completo. Das pessoas que compartilharam suas respectivas formações acadêmicas, se percebe de um lado, grande parte formada em áreas que não possuem interseção direta com música e, de outro, profissionais com formação voltada à Educação Musical. Dos entrevistados, pouco menos da metade não possui a música como fonte principal de renda (44% aproximadamente).

Tem-se, a partir da amostra: uma maioria expressiva de homens com mais de 31 anos; com ensino superior ou ensino médio; que atua na cidade há mais de dez anos (52,2% aproximadamente); a predominância de guitarristas, vocalistas, baixistas, bateristas e tecladistas; que 84,1% dos entrevistados declara atuar com o gênero musical rock sendo aproximadamente 60% do total atuante tanto no *cover* quanto com música autoral; uma clara divisão entre os que dependem financeiramente da atividade musical e os que a exercem como *hobby* ou complemento de renda.

Dos que exercem a atividade musical, entende-se que a performance ao vivo é algo secundário, sendo o ensino musical ainda a principal fonte de renda. A atividade de “tocar” ao vivo é tida pela maioria como “complemento de renda” a outras atividades desempenhadas no horário regular de trabalho, que é geralmente entre as 08:00 e as 18:00 horas. Muitos dos entrevistados performam apenas como lazer, o que os configura como “hobbistas”.

Há em Curitiba um paradigma de que é “impossível viver de música”. De fato, a concorrência é muito acirrada por diversos fatores, um deles é a noção fetichista que se tem da profissão, como já colocado por Requião (2008) e as reflexões de Adorno (1996). Muitas pessoas querem estar no palco por causa das benesses sociais que a exposição aos holofotes traz. A atividade de performer traz destaque, o que proporciona por exemplo, evidência na comunidade roqueira, facilidade de se obter relações afetivas com pessoas do gênero de interesse, popularidade, entre outras. Isso ajuda a comprometer o setor porque as lógicas não são estritamente comerciais. É comum o argumento de que hobbistas tiram o espaço daqueles

que exercem a música profissionalmente porque concordam em se apresentar sem nenhum, ou muito baixo cachê.

Com o aumento de pessoas oferecendo música ao vivo, muito por causa de quem exerce a profissão por *hobby*, mas também pela possibilidade de a performance ser um complemento de renda, a demanda por este tipo de trabalho acaba diminuindo em relação à oferta. Comparativamente, em Curitiba, sobretudo na cena roqueira, existe um desequilíbrio causado por muita oferta em relação à demanda deste tipo de trabalho. Isso afeta diretamente no cachê praticado pelas casas noturnas. Existem relatos de que o valor recebido por apresentação ao final da década de 1990 se “congelou” até os dias atuais. Os resultados da pesquisa *online* demonstram que aproximadamente 55,3% dos músicos ganha de 0 a 200 Reais por apresentação.

Concomitante a isso, aproximadamente 52,2% dos entrevistados declarou fazer de uma a três apresentações mensais em Curitiba. Cruzando com os dados sobre a média do cachê praticado na cidade, tem-se que esta grande fatia, que se apresenta até três vezes por mês, não consegue, na melhor das hipóteses, considerando um cachê de R\$200,00, ganhar um montante bruto de R\$600,00 na cidade de Curitiba. Para ganhar um salário mínimo<sup>123</sup> com apresentações ao vivo, tendo como base um cachê médio de R\$200,00, na melhor das hipóteses, um músico precisa se apresentar seis vezes em um único mês para alcançar o valor bruto de R\$1200,00.

Sabendo que no espaço de um mês existem geralmente quatro finais de semana, que são os dias onde a atividade musical se intensifica (Sextas-feiras e Sábados), um músico que tenha a agenda preenchida por esses oito dias conseguirá pouco mais de um salário mínimo e meio, bruto, sem contar as diversas despesas com locomoção e manutenção de equipamentos. Entretanto, são raros os agentes musicais que se apresentam essa quantia de vezes em um mês. Segundo a pesquisa, 11,4% aproximadamente faz de seis a dez shows mensais na capital paranaense.

A dificuldade em se preencher uma agenda apenas em Curitiba faz com que vários músicos atuem em diferentes projetos musicais, alguns traçam estratégias para tocar fora da cidade ou do Estado do Paraná (aproximadamente 60,6%), sobretudo no Estado de Santa Catarina. A maioria desses agentes musicais costuma se apresentar em até seis locais diferentes na cidade de Curitiba (35,6% aproximadamente). Este cenário faz com que os músicos atuantes busquem ganhar na quantidade e não na qualidade. É comum os projetos paralelos se dividirem em projetos solo ou duos em formato acústico, que se apresentam mais comumente nos dias do

---

<sup>123</sup> Em 2020 o salário mínimo passou a ser de R\$1045,00.

meio da semana e custam menos para o contratante dado o número reduzido de pessoas. Nesse sentido, entende-se que é necessário ao profissional da música diversificar sua atuação musical, caso opte por trabalhar com performances ao vivo, o que ilustra os 67,4% de músicos atuando em 2 até 5 projetos musicais simultâneos.

Dos que se apresentam com grupos maiores na cidade, uma minoria consegue agendar mais de dez shows por mês porque atua com variados projetos paralelos. Entendo que isso prejudica os trabalhos no que diz respeito ao viés artístico, aos conceitos e às estéticas musicais. O profissional que atua “para ganhar na quantidade” fica à mercê das demandas do mercado *cover* e, literalmente, não tem tempo de desenvolver trabalho autoral ou de pensar estratégias que agreguem valor ao seu próprio trabalho musical. Isso ajuda a ilustrar o fato que 59,9% dos entrevistados não saber reconhecer ou não acreditar que exista alguma expressão musical característica da cidade. Raros são os artistas que possuem uma agenda abarrotada de shows e, junto a isso, desenvolvem trabalho autoral.

Com relação às materialidades do cenário, a maioria dos entrevistados demonstra estar insatisfeito com as estruturas de suporte técnico das casas noturnas em Curitiba. Em contrapartida, essa mesma maioria acredita que seus próprios equipamentos são de ótima qualidade. Isso gera uma controvérsia pois, de um lado, parte das casas de entretenimento noturno parecem não se importar com a própria estrutura, mas a maioria dos músicos busca e deseja ter equipamento com cada vez mais qualidade.

É uma controvérsia também porque, no que diz respeito às estratégias para obtenção de prestígio e legitimidade no meio musical, muitos indivíduos que não têm condições de arcar com equipamentos caros, chegam a “falsificar” logotipos de instrumentos para impressionar contratantes, que levam em conta as materialidades dos grupos musicais no momento de decisão sobre contratar ou não. Ou seja, a qualidade do equipamento de um grupo musical pesa na hora de sua contratação. Porém, a maior parte dos bares citados na pesquisa *online* não dá a mesma atenção aos próprios equipamentos, sendo muitos deles tidos como “sucateados”. Nesse sentido, por mais que seja de uma forma implícita, cobra-se dos grupos musicais uma qualidade que não é recíproca por quem os contrata.

Cria-se outro ponto de desequilíbrio uma vez que, mesmo com agenda cheia nos dias da semana favorecidos pela atividade musical na cidade – o que é uma benesse reservada à uma minoria –, com dificuldade para ganhar a quantia bruta de até dois salários mínimos, os agentes musicais de Curitiba custam a ter acesso por equipamentos de qualidade. Por exemplo, um trabalhador nos Estados Unidos que execute um regime de 40 horas semanais trabalhadas, tendo como base de pagamento o mínimo de \$7,25 dólares por hora, receberá aproximadamente ao



fim do mês \$1160,00 dólares<sup>124</sup>(US DEPARTMENT OF LABOR, 2020). No Brasil, tendo como parâmetro comparativo as mesmas horas trabalhadas do exemplo anterior, o salário mínimo deste trabalhador é de R\$1045,00 (BRASIL, 2020). Se ambos comprarem em lojas de seus respectivos países<sup>125</sup> um equipamento importado em estado de novo – por exemplo um amplificador da marca Marshall, modelo JCM800 2203X, que é produzido na Inglaterra – o trabalhador americano gastará aproximadamente dois salários mínimos e meio, enquanto que o brasileiro gastará quase oito, isso na melhor das hipóteses, considerando o menor preço cobrado em ambos os mercados.

O acesso a equipamento importado é muito dificultado pelos altos preços com que chegam no país, dado principalmente à carga tributária e isto é uma crítica recorrente no cenário musical da cidade. A dificuldade em se adquirir material de ponta para trabalhar com execução musical contribui no sucateamento do setor, o que faz com que os agentes musicais – bares e músicos – acabem precisando investir em itens de segunda mão, muitas vezes já recondicionados, ou sem qualidade prática nenhuma.

Esses são fatores que contribuem para o paradigma de que “é impossível viver de música em Curitiba”. O exposto até aqui corrobora para uma ideia de que, financeiramente, a atividade de performer no cenário do entretenimento noturno em Curitiba não é viável pois, demanda um alto investimento em educação musical, em equipamentos de qualidade, em *networking*, ensaios, entre outros e que não se obtém um retorno significativo apenas das apresentações musicais, o que compõe a maioria dos músicos atuantes por profissionais liberais que exercem a função a fim de complementar a renda e hobbistas.

No entanto, aproximadamente 63,6% das pessoas entrevistadas afirma que há espaços para os grupos musicais se apresentarem, porém são muito concorridos e, devido à alta oferta, o espaço é insuficiente para todos. Mais da metade dos entrevistados aponta que a maioria das apresentações são para até 200 pessoas, mas destacam a existência de locais com público superior a 1000. Dado ao excesso de grupos musicais concorrendo pelos mesmos espaços, com basicamente os mesmos repertórios *cover*, aproximadamente 59% dos entrevistados concorda que os relacionamentos entre grupos musicais são regulares, ou seja, poderiam melhorar. Outros 24,2% acreditam que essas relações são ruins e entendo que isso se dê principalmente por concorrência no cenário.

---

<sup>124</sup> Em 2020, o salário mínimo nos Estados Unidos é de \$7,25 dólares. O valor exemplificado é tomando como base um mês em que tenham 20 dias úteis e que o trabalhador empreenda oito horas diárias de trabalho.

<sup>125</sup> Na loja americana reverb.com o equipamento em questão está anunciado novo por \$2999,99 dólares. Na repartição da semelhante brasileira, o mercadolive.com.br, o mesmo equipamento varia entre R\$8000,00 e R\$16000,00 Reais.

Esse dado é comum com aqueles coletados no acervo do programa Ciclojam da década de 1990 e início dos 2000. Este problema de união entre os grupos musicais e os afetos na cena musical da cidade ainda é recorrente. O uso das mídias sociais, por outro lado, ajuda a visibilizar e conscientizar os agentes sobre esse dado, o que se demonstra pelos quase 60% de entrevistados que acredita em uma melhora nos relacionamentos após o advento das mídias sociais. Atualmente, embora o problema persista, é algo mais debatido e reconhecido publicamente como sendo maléfico para a música na cidade.

Um dado que ilustra essa questão é também o fato de 61,4% dos entrevistados apontarem que o público de Curitiba não se envolve e não se sente representado pelos grupos musicais locais. Isso se dá de modo geral, mas é preciso ressaltar que existem esforços para mudar esse padrão, tanto por parte de bares, público e grupos musicais. Entretanto, esses esforços aparecem como casos isolados, bolhas sociais autônomas, desconectados de um todo e, muitas vezes, invisibilizados. É a partir daí que surge o argumento de que Curitiba é “provinciana”, no sentido de que olha para as metrópoles, São Paulo e Rio de Janeiro, como as suas “capitais”. Tanto que, muitos entrevistados relatam a grande adesão de público curitibano a shows de artistas propagados a nível midiático nacional, fato que não acontece com os artistas autorais locais, por exemplo. Então, surge a revolta do músico curitibano com a própria cidade em que mora e o recorrente discurso: “é impossível”.

É preciso ressaltar que esse é um dado extraído da maioria dos entrevistados, porém não corresponde à totalidade. Entende-se que há músicos ativos na cidade com relativa estabilidade, mas raros os que obtiveram destaque e estabilidade profissional atuando em Curitiba. Contudo, é comum que esses artistas deixem de atuar exclusivamente na capital paranaense à medida em que suas carreiras avancem, como foi o caso de Zé Rodrigo, que mesmo discordando da ideia de que “é impossível viver de música em Curitiba”, mudou-se recentemente para Orlando em busca de oportunidades melhores.

#### 7.1.2 OMB: pior com ou sem?

Em Curitiba, durante a década de 1990 e início dos anos 2000, o cenário da música era repleto de disputas do mesmo tipo daquelas levantadas por Straw em relação à legislação de Ontário (STRAW, 2006), marcadas pelo desacordo entre mercado musical e músicos curitibanos. Além disso, eram presentes temas como: valorização do exterior e desvalorização do local; autoral *versus* cover; cachês baixos; baixa qualidade de infraestrutura dos locais de apresentação; amadorismo; isolamento da cidade do resto do país; falta de valorização pelo

público; etc (MACAN, 2017, p.26). Em entrevista para este trabalho, o atual vocalista da banda Blindagem, Rodrigo Vivasz<sup>126</sup>, comenta um episódio com a Ordem dos Músicos<sup>127</sup> do Brasil (OMB) em Curitiba (informação verbal) que ilustra a semelhança dos desacordos entre as repartições públicas e os músicos da cidade:

Antigamente funcionava, você tocava num bar, você ia na ordem dos músicos, pegava um contrato da ordem onde se estipulava o valor mínimo de cachê por músico e daí você levava para o dono do bar, ele assinava, e você recebia exatamente o que estava escrito ali no contrato. Tinha esse contrato então era uma maneira até de você comprovar tempo de trabalho. Com o tempo a ordem, pelo menos aqui em Curitiba, foi se perdendo. Muita gente começou a reclamar porque naquela época, nos anos 90, o pessoal da ordem ia nos bares e se você estivesse sem sua carteirinha, queriam levar seu instrumento, queriam multar o bar, multar o músico, começou a ficar uma coisa meio “polícia”. [...] Eu mais vários amigos entramos com uma ação contra a OMB, ganhamos a ação e paramos de pagar a Ordem, nunca mais ninguém incomodou a gente. [...] a Ordem foi se perdendo, até porque hoje em dia poucas pessoas querem uma carteira profissional de músico. Algum bar vai assinar sua carteira? Não, né.

Nesta mesma conversa com Rodrigo, ele comenta que “a Ordem não trazia nenhum tipo de benefício aparente para o músico, nem mesmo descontos em lojas de equipamentos, só servia para cobrar”. O músico Julian Barg, em consonância, explica que “eles (OMB) deveriam controlar o número de horas que a gente (músicos) trabalha, mas isso não acontece. O salário mínimo, não acontece. A única coisa que acontece é a cobrança” (NETO, 2002, p. 635). Mais além, Barg compara a atuação da OMB com a dos cuidadores de carros: “você vai pagar o cara não para ele cuidar do seu carro, mas para ele não riscá-lo” (NETO, 2002, p. 638). Então essas tensões entre poder público e as expressões musicais em determinado local são assunto recorrente no que tange cenas musicais.

O problema, como discorrido até então, é que o território de uma cena musical não é só entretenimento ou manifestações culturais que agitam a sociabilidade. É espaço com forte interferência de trocas comerciais em que o bem comercializado não são apenas produtos ingeríveis, mas também uma cultura particular oferecida por profissionais, que se encontram sem nenhum amparo sindical. O que se percebe e, amplamente exposto na seção de resultados, é que dado ao contexto “festivo” das cenas, muito se mascara sobre a necessidade de um *environment* profissional, como coloca Zé Rodrigo. A falta desse ambiente formal de negócios,

<sup>126</sup> Nome artístico de Rodrigo Otávio Sampaio, vocalista reconhecido na cena musical rock em Curitiba, atua desde a década de 1980 na cidade e atualmente nas bandas Blindagem e The Elder. Rodrigo também é colaborador da Associação de direitos autorais Abramus. Em meu trabalho anterior, quando fiquei as sessões de gravação brutas do acervo do programa Ciclojam (MACAN, 2017), Rodrigo esteve presente com seu projeto autoral Bizarre, no dia 03 de Novembro de 2003.

<sup>127</sup> “É uma autarquia federal, disciplinada através da Lei 3.857/1960, assinada pelo Presidente Juscelino Kubitschek para regularizar e fiscalizar a profissão de músico”. Fonte: [www.ombsp.org.br](http://www.ombsp.org.br). (Não foi encontrado site da OMB do Paraná).

somada à total desregulamentação do setor, dá margem para um paradigma de amadorismo generalizado. Por estar imerso no entretenimento e também fazer parte dele, o músico muitas vezes, no mesmo local em que trabalha, também se diverte, ingere álcool e paquera. Isso ajuda a colocá-lo num contexto de amadorismo.

Se de um lado, conforme os relatos anteriores dos músicos Julian Barg e Rodrigo Vivasz, a OMB somente explorava a classe e era uma organização desleixada e corrupta que não atendia os interesses pelos quais foi criada, de outro, a falta de um órgão regulamentador do setor ajudou no congelamento da quantia paga pelas apresentações musicais e no tempo dos concertos por mais de vinte anos. Então, a maioria dos músicos são independentes não somente segundo os níveis propostos por Monteiro (2008), mas também no sentido de que não tem em que se amparar legalmente.

### 7.1.3 Do local ao global

É válido constar que o texto de Straw se faz oportuno em ambos meus trabalhos sobre a cena musical de Curitiba, pois o objeto das pesquisas está situado num recorte temporal em que a globalização, fenômeno que contextualiza as produções do autor, se faz muito presente nos debates da área. Por exemplo, é nesse contexto que Julian Barg explica como ajudou ao fim dos anos 1990, por meio da internet, milhares de músicos a se dissociarem-se da OMB (NETO, 2002, p. 630) – o que também configura uma facilidade na formação de aliança nas cenas musicais. Além disso, a reação do local ao global e as tecnologias digitais emergentes, que são produto da globalização, estão dentro do âmbito de discussão de Straw, o que faz o carácter desta pesquisa ser complementar à do autor.

Como colocado por Straw, os níveis – do local ao global – tendem a ser resolvidos por estudos de casos específicos em cenas musicais. Então existe a noção de cena em pequenas e grandes dimensões, a compreensão deste conceito se dá pela escolha do objeto de estudo. Cena, neste espectro pode então se esticar ou se comprimir a fim de dar conta das diferentes dimensões em que é entendido.

Aplicando isso à Curitiba, há claramente uma efervescência de entretenimento cultural, predominantemente noturna, relacionada à Rua Trajano Reis, no bairro São Francisco, centro da capital, lugar que já frequentei algumas vezes entre os anos 2010 e 2013. Dentro deste espaço, delimitado pela Rua Trajano Reis e seus arredores, estão localizados vários bares<sup>128</sup>. As

---

<sup>128</sup> 351 Bar e Galeria, Blues Velvet Bar CWB, O Torto, Peppers, Rock'a Burger, Tuba's bar, Bar Pablo EscoBar, entre incontáveis outros. Não se pode deixar de citar o Wonka Bar (Rua Trajano Reis nº326) que fechou

peessoas movimentam-se entre um bar e outro, mas utilizam frequentemente a calçada como espaço para sociabilidade. As atrações dos bares contêm por vezes vários gêneros musicais diferentes. O Wonka Bar foi um ótimo exemplo deste fato pois, no mesmo espaço realizava ora festas rock, ora funk, ora música eletrônica, ora pop, entre outros gêneros.

Os arredores da Rua Trajano Reis são permeados por espaços que funcionam como palco de outras formas de expressão, como teatro, fotografia, exposições de arte urbana, entre outros. Certa vez, no final de 2013, estive em uma festa no 351 Bar e Galeria, em que aconteceu uma performance teatral. Como o próprio nome sugere, o espaço não é só um bar. O entorno da Rua Trajano Reis é um local delimitado, reconhecido pela ocupação da rua e pelas casas noturnas que se alastram por ali. Toda essa relação entre o espaço, a indústria do entretenimento e as pessoas que ali frequentam se encaixa na definição de “cena” que Straw sugere a partir de “sociabilidades cara a cara”.

A cena da Rua Trajano Reis em Curitiba é demarcada pelo território e não por um componente mediador específico, como gênero musical, por exemplo. Embora a “cena da Trajano”, como é comumente referida, não se situe apenas na Rua Trajano Reis, mas sim em toda sua redondeza, através da soma de lugares<sup>129</sup>, estendendo-se ao bairro São Francisco e ao Largo da Ordem, atuam várias expressões culturais, não somente musicais, e que moldam o carácter desta cena específica e contribuem para a emergência de manifestações musicais características dela<sup>130</sup>.

FIGURA 22 – QR CODE DE ACESSO PARA O MAPA VIRTUAL DOS BARES NOS ARREDORES DA RUA TRAJANO REIS



FONTE: O autor (2020)

---

recentemente, em 2016, após 11 anos de atividade decorrente de uma mudança de comportamento do público (que vale um trabalho dedicado somente ao tema) relatado pelo jornal Gazeta do Povo em 10 de Junho de 2016. Fonte: [goo.gl/Ci4pES](https://goo.gl/Ci4pES)

<sup>129</sup> Mais à frente neste trabalho haverá uma seção dedicada a definir “lugar” à luz da antropologia

<sup>130</sup> Fato interessante é que, no mapa da FIGURA 22, o referido local está registrado sob a luz do dia e durante a noite, período em que as atividades do entretenimento tomam forma, o cenário sofre grande mudança, novos significados e atores surgem no espaço em questão devido a essa mudança de horário. Além disso, a casa noturna Peppers, que aparece no início do *tour* virtual, mudou seu endereço no decorrer desta pesquisa, mais à frente no texto será citada com outro endereço.

Por outro lado, há a visão de cena musical como “sociedades de gosto globais” (STRAW, 2006, p. 6), articulada através de um movimento cultural, ou mesmo um gênero musical específico. Eduardo Mercer demonstra uma matéria do jornal O Estado de S. Paulo, de 1994, por Jotabê Medeiros, em que se destaca a manchete: “Curitiba é a versão brasileira de Seattle” (2017, p. 17).

FIGURA 23 – QR CODE DE ACESSO PARA A IMAGEM SEATTLE BRASILEIRA



FONTE: (MERCER, 2017, p.17)

A expressão “Seattle brasileira” em referência à Curitiba ganhou popularidade na época e ainda é lembrada até os dias atuais. Lucas França, em matéria para a Gazeta do Povo<sup>131</sup>, do dia 17 de Dezembro de 2016, relembra a expressão:

Nos anos 90, a explosão de bandas de rock em Curitiba fez com que o jornalista e produtor Carlos Miranda chamasse a cidade de ‘Seattle brasileira’, na revista Bizz [...] em referência ao movimento grunge que acontecia na cidade estadunidense.

No caso da “Seattle brasileira” pode-se ter uma noção mais clara do que é cena musical do ponto de vista global, visto que um fenômeno muito parecido, articulado através do rock, mais especificamente o subgênero *grunge*<sup>132</sup>, se repetia simultaneamente em uma cidade dos Estados Unidos e outra no Sul do Brasil, em Curitiba. Por esta lógica, o conceito de cena musical pode ser entendido também como o conjunto de agentes que a constitui a nível mundial: locais de apresentação e o circuito formado pela movimentação entre estes locais; o público e seu próprio comportamento, suas identidades e gostos; intérpretes e compositores; veículos de comunicação de radiodifusão, jornais, redes sociais e demais espaços virtuais especializados.

<sup>131</sup> Fonte: goo.gl/vsR9mX

<sup>132</sup> “[...] a música grunge desenvolveu-se inicialmente na região de Seattle, Estados Unidos, no final dos anos de 1980” (SHUKER, 1999, p. 152)

#### 7.1.4 Maleabilidade do conceito cena musical

O carácter maleável do conceito colabora para que a percepção da cidade seja aprofundada como um “espaço de sensações e encontros teatrais”. Straw completa o raciocínio explicando que, através dessa percepção da vida urbana, é possível vislumbrar uma cartografia das “regiões sociais” da cidade e suas conexões (2006, p. 8). Então, mesmo em âmbito acadêmico, tem-se plena noção da característica deslizante do conceito. Na prática, por meio de entrevistas e conversas, percebe-se que quando se fala em “cena musical” é provável que as pessoas não tenham em mente os mesmos significados sobre o termo.

Em meu estágio em 2013, durante minhas audições no processo de digitalização e edição dos programas Ciclojam dos anos 1996 a 2005, notei que Cyro Ridal sempre dirigia uma série de perguntas aos músicos participantes das entrevistas. Alguns temas me chamaram a atenção por sempre estarem presentes nos discursos dos músicos, mas entre eles, a pergunta mais emblemática de Cyro, a chave para outras várias problematizações, era: “existe cena musical em Curitiba?”

Centenas de músicos responderam essa pergunta, a maioria deles aproveitava o tema para deixar uma crítica referente ao cenário do entretenimento musical do rock em Curitiba. Houve vários casos, em gravações com anos de diferença, em que alguns afirmavam com veemência não haver cena nenhuma na cidade (MACAN, 2017, p. 26). Então surgiram duas questões: (a) o que é cena para os músicos? (b) o que é necessário para que uma cena seja reconhecida como cena? Durante as audições daqueles programas eu também sempre me perguntava, “afinal de contas, o que será que o próprio Cyro pensa sobre isso?”. Ele nunca dava sua opinião, deixava o músico falando por si sem interferência externa. Então para o presente estudo, tive a oportunidade de devolver as fatídicas perguntas ao produtor, ao que responde (informação verbal):

Cena, para mim, é uma manifestação cultural que sempre vai existir. E ela existe em todas as áreas porque sempre vai ter algum artista se manifestando. Existe cena em Curitiba? Sim, existe como em qualquer outro lugar. E pessoas muito boas! Só que o mundo não comporta todas essas pessoas.

Fica claro que a “cena” que os músicos de Curitiba nos anos 1990 e 2000 se referiam não era a mesma “cena” que Cyro se refere, que também não é a mesma definição de “cena” que Straw propõe. Para os músicos, na maioria das vezes que surgia o termo “cena”, era com a conotação de “subcultura” ou “movimento”. Cyro perguntava se existia cena em Curitiba, mas



o que a maioria dos entrevistados interpretava era se havia algum “movimento” curitibano, algo que representasse Curitiba em termos de identidade musical local. Então, a partir desta interpretação de “cena”, as respostas eram quase sempre negativas.

Straw explica que “movimento” ou “subcultura” são noções inscritas à cena e que estão relacionados mais estritamente com os indivíduos e suas atividades e identidades. Ele comenta que “cena é uma comunidade de significados superprodutiva”. Mais além explica que, dentro de uma cena, “é produzida mais informação semiótica do que se pode racionalmente analisar”<sup>133</sup> (SHANK apud STRAW, 2006, p. 9, tradução nossa). Certamente, os músicos não estavam se referindo à cena musical com o mesmo entendimento do conceito proposto no âmbito acadêmico.

#### 7.1.5 Mudanças e inércia

Segundo a proposta de Straw, é necessário incorporar ao raciocínio sobre cena musical os conceitos de *habitus* e campo (BOURDIEU, 2007). Entendendo a cena roqueira de Curitiba como um campo de tensões entre diversos polos de interesse, tendo conhecimento das disposições socialmente construídas desses agentes – práticas e ideologias – fica mais preciso aplicar o que Straw define como lógicas de mudança, que são, segundo o autor, três formas pelas quais ocorrem, ou não, mudanças em meio às expressões musicais de determinado local.

Por exemplo, ao lembrarmos os casos de agentes musicais em Curitiba que buscam estratégias de legitimidade como: tirar fotos em *meet and greet* para *marketing* musical próprio; buscar executar as músicas o mais próximo possível da referência original com intuito de agradar ao público; auto proclamar-se “Banda *Cover* Oficial”; etc. De outro lado, no caso do público, aqueles que marcam presença em muitas apresentações e buscam intimidade com músicos e donos de estabelecimento; performam o papel de fã publicamente e buscam reconhecimento por isso. Ou ainda instituições que oferecem entrada gratuita e agenciadores que buscam domínio exclusivo de um catálogo de grupos musicais, entre outras estratégias de validação, são casos que dialogam com a chamada lógica de campo proposta por Straw (1991, p. 374).

No que tange à divisão da cena rock em diversos contextos – de classe, de bairro, de repertório, de instituições, de práticas, entre outros – mas, principalmente no que atinge dinâmicas de produção de bens culturais, como exemplificado pela oposição entre polo dos *hits*

---

<sup>133</sup> “[...] far more semiotic information is produced than can be rationally parsed”.

e autoral em Curitiba e suas interseções, aplica-se a “lógica de mudança social” (STRAW, 1991, p. 374) que é mais relacionada com o “mercado ou pelo contexto de produção relativo a instituições culturais” – bares, teatros, a Fundação Cultural, entre outras. As mudanças, em que o principal filtro utilizado para validação são esses contextos institucionais ou mercadológicos, elencam-se nesta “lógica social”. As disposições de repertório, por exemplo, *cover* ou autoral, são moldadas por esses contextos das “lógicas sociais” dentro da cena roqueira curitibana.

É comum em Curitiba artistas convidarem conhecidos para “dar canja”, isto é, performar uma canção como convidado do grupo musical que se apresenta em determinado local. Mais além, existem as *jam sessions*, que são apresentações com a presença de vários músicos de vários grupos diferentes, que se reúnem para performar repertório comum, normalmente intercalando membros entre uma música e outra – num contexto informal, que acontece mais por diversão.

Existem também, em contextos mais formais onde rege uma lógica de obtenção de lucro pela instituição provedora, até mesmo eventos dedicados a esta prática, como foi, por exemplo o Jam Session organizado pela banda Hawks no Tork’n’Roll no dia 15 de Dezembro de 2019, em que subiram ao palco dezenas de integrantes de diferentes grupos musicais, individualmente partilhando a performance com os organizadores. Tal prática confere prestígio à casa noturna e ao grupo musical organizador, pois cria confraternização, fornece exposição e compartilhamento de público entre artistas, converge material midiático para os idealizadores por meio de postagens em redes sociais. Pode-se considerar que *jam sessions* e canjas são táticas para se firmar alianças entre grupos musicais, audiência e instituições.

É possível elencar essas táticas como lógicas de mudança dos “movimentos circunstanciais”, ou “práticas cotidianas” (STRAW, 1991, p. 374). A divisão desta lógica em duas partes – esforços dos profissionais da música para obter prestígio; transformação de alianças entre comunidades – apresenta-se sobrepostas no caso do exemplo das *jam sessions*. Aliás, tais lógicas de mudança são abstrações que, na prática, não acontecem isoladas umas das outras. Portanto, mesmo os esforços para reconhecimento e estabelecimento de alianças, quanto as tensões institucionais e mercadológicas, quanto as lutas por validação no campo, se sobrepõem no entendimento de como cenas musicais fixam ou modificam suas práticas.

À medida em que nos deparamos com as estruturas dessas lógicas de mudança, diversos fenômenos chamam a atenção no âmbito do entretenimento musical da cidade. Da mesma forma com que mudanças são acomodadas, rupturas também se formam. Pode-se citar algumas rupturas de práticas por parte do comportamento de consumo do público dos bares que também reformularam as cenas da cidade. Exemplo atual é o fechamento do Wonka Bar no ano

de 2016, decorrente de uma mudança no comportamento do público, que passou a frequentar mais ativamente conglomerados de bares pequenos, que têm na calçada o principal espaço de congregação e, em geral, não possuem atração musical.

Fato interessante percebido nestes espaços é que há uma quantidade considerável de televisores grandes espalhados de forma a circular o público, mas é raro a presença de música ao vivo nestes locais. Mesmo o conteúdo destes televisores não é musical, sendo normalmente uma programação de canais esportivos, como surf, lutas e futebol. Um questionamento que surge decorrente deste caso é que, até então, pressupunha-se que a “mola mestra que impulsiona a agitação das casas de shows” seria a música ao vivo, como colocado por Luciana Requião (2008, p. 23). A contradição aparece ao atribuir-se a estes novos espaços de sociabilidade na calçada, bares pequenos que não possuem música ao vivo, a responsabilidade pelo fechamento de um bar como o Wonka, em que frequentemente se realizavam festas com diversas atrações musicais. Então, é a música ainda, de fato, o atrativo principal das casas noturnas? Tomando como partida a lógica da oferta e demanda, nesse contexto em que há um acesso fácil a grande quantidade de música, está a música perdendo valor social?

Por outro lado, apesar das cenas serem frequentemente marcadas por efeitos disruptivos, ligados a causas como a (a) mudança de comportamento de indivíduos e comunidades, à (b) reestruturação e competição da indústria musical e às (c) imposições dos espaços que elas ocupam, há, no sentido contrário, resistência a mudanças, como coloca Straw: “(cenas) podem frear a rotatividade de ‘novidades’ urbanas”. Isto é muito recorrente em Curitiba, por exemplo. Muitas críticas dos músicos vão neste sentido, de que a cena é “engessada”, de que ela não se renova, de que são “sempre as mesmas bandas” (MACAN, 2017, p. 26). A este fato, Straw continua: “cenas são, a maioria das vezes, tidas como efervescentes, mas elas também criam o ritmo ao qual práticas e afinidades se tornam fixas” (STRAW, 2006, p. 11, tradução nossa).

Em Curitiba, pelo menos no âmbito do rock, é muito mais comum exemplos de como as cenas são “engessadas” e fixas do que disruptivas. Pessoalmente, pelo que percebo nas entrevistas que realizei, em toda minha vivência e no contato com o acervo do Ciclojam, ainda que de um período anterior ao do presente estudo, o desafio foi sempre tornar a cena rock de Curitiba um ambiente mais oxigenado referente a oportunidades.

É comum os músicos se referirem a “panelas”. Como coloca Manoel Neto em entrevista (informação verbal), “o músico trabalha de forma isolada, por ‘castas’ formadas por: gosto, gênero, bairro, formação, etc. Estes grupos abominam uns aos outros, tendem a se fechar”. Além disso, as “panelas” em Curitiba se formam em torno de instituições como bares,

teatros, alunos de determinado professor ou escola, e é também comum o discurso de que a própria Fundação Cultural de Curitiba se articula dessa forma.

A isto, Straw aponta que “[...] fazer e refazer alianças entre comunidades são processos políticos cruciais na música popular” (STRAW, 1991, p. 370, tradução nossa)<sup>134</sup>. Por outro lado, estas relações de união podem contribuir para movimentos disruptivos em outros sentidos, como apresentado por Luciana Xavier de Oliveira, sobre a cena Black Rio nos anos 1970.

Por meio de elementos musicais, também é possível argumentar como a cena musical trabalha para fixar práticas. Um exemplo em Curitiba é o repertório das bandas *cover*, dentro do gênero rock, que tende a não se renovar. Em conversas com músicos em diversos eventos e, mesmo aqueles que são colegas de banda, surgem comentários em tom de sarcasmo: “se você souber umas cem músicas, já dá para tocar em 99% das bandas de rock de Curitiba”; “*Highway to Hell*, *Sweet Child O’ Mine*, *Beds are Burning*, *Psycho Killer*, *Have You Ever Seen the Rain*, e *Enter Sandman*”<sup>135</sup> não podem faltar, o público já espera ouvir essas músicas [...] eu sou capaz de apostar que se você sair em Curitiba três dias seguidos em bares de rock, nos três dias você vai ouvir alguma dessas”; “é quase um ritual, o cara sai todo final de semana para tomar a mesma cerveja, no mesmo bar e para ouvir as mesmas músicas! E se não toca o que ele espera, sai insatisfeito com o show” (informação verbal).

A isto aplica-se a reflexão de Adorno sobre o caráter fetichista na música e a regressão da audição: “os ouvintes, vítimas da regressão, comportam-se como crianças. Exigem sempre de novo, com malícia e pertinácia, o mesmo alimento que uma vez lhes foi oferecido” (ADORNO, 1996, p. 96).

O repertório não se renova com facilidade e boa parte do que é tocado pelos músicos de rock em Curitiba, no âmbito das bandas *cover*, compreende canções dos anos 1960, 1970, 1980 e 1990, o que se mostra evidente ao analisar os anos de lançamento das músicas citadas naquele comentário anterior. Entendo que isso não se justifique apenas ao fato dessas décadas terem sido superprodutivas para o gênero devido à ressonância do período de domínio do modelo de radiodifusão, que originava *hits* sob a lógica da repetição, mas revela também uma resistência do público com as produções mais atuais.

---

<sup>134</sup> “[...] the making and remaking of alliances between communities are the crucial political processes within popular music”

<sup>135</sup> Canções de rock das respectivas bandas: ACDC (1979), Guns and Roses (1987), Midnight Oil (1987), Talking Heads (1977), Creedence Clearwater Revival (1970) e Metallica (1991).

Surge a hipótese de que as práticas resistentes dos músicos com a escolha do repertório se devem principalmente à demanda da audiência e não uma fixação por parte exclusiva deles. Entendo também que não se trata de um provável envelhecimento do público roqueiro, como é comum argumentarem, pois é frequente a presença significativa de jovens em concertos de rock. A cena rock de Curitiba é dinâmica neste sentido, os jovens e os mais velhos dividem os mesmos espaço, gostos semelhantes e afinidades parecidas em torno do rock. O que acontece, em meu entendimento da cena, é que os mais velhos não recebem bem os novos subgêneros, mesmo aqueles voltados ao rock, porém os jovens, além de consumirem as produções mais antigas, são mais receptivos a grupos atuais. Ainda assim, com algumas exceções, não é o suficiente para a boa receptividade de repertório atual na cena rock de Curitiba.

Estes mesmos apontamentos estão presentes em meu trabalho anterior (MACAN, 2017, p. 26) e, por serem oriundos de um acervo de rádio e TV dos anos 1990 (1996 a 2005), demonstram que esse paradigma não é atual, apenas se repete. Paralelo aos dados coletados na sessão de entrevistas do Ciclojam, Straw tece alguns comentários sobre uma manchete da revista Billboard de 1990 com os dizeres “Reportagem especial – o rock perde aderência enquanto outros gêneros ganham”<sup>136</sup>. O autor explica que naquele ano se percebia uma dualidade entre gostos musicais, de um lado a *dance music* de outro o *heavy metal*. Em Curitiba, conforme já colocado, esta dualidade pode ser percebida entre o sertanejo universitário e o rock. Straw lança duas hipóteses para o suposto declínio roqueiro: é um fenômeno cíclico, resultado da mudança da fronteira política na música popular e/ou um sinal da ausência de novos artistas trabalhando naquele gênero (STRAW, 1991, p. 371).

Pelo menos em Curitiba, é evidente que a cada dia surgem mais bandas de rock e, apesar da vasta diversidade de manifestações musicais na capital, a proliferação de grupos roqueiros e seus subgêneros é uma característica marcante da cidade, como coloca Rodrigo Vivasz (informação verbal):

A quantidade de bandas (de rock) é muito grande apesar de hoje em dia o rock’n’roll estar um pouco em baixa na questão de vendagem [...]. Hoje em dia os grandes shows, que tem equipamento, são do sertanejo, é essa galera que tem dinheiro e que investe. O rock anda meio pobre neste sentido. Já foi melhor nos anos 1980 e até nos anos 1990. [...] Curitiba sempre foi (uma cidade roqueira), nos anos 1980 tinha bandas de rock [...], tem o Blindagem que é desde os anos 1970 [...] e é uma banda importante porque eles abriram portas para todas essas outras bandas, principalmente na noite curitibana. [...] sempre teve esse lado da noite curitibana ter bastante banda de rock. [...] todo mundo curtia rock, virou meio moda, mas continua até hoje, saiu uma quantidade de bandas que não dá nem para enumerar, então Curitiba sempre foi uma cidade roqueira.

<sup>136</sup> “Special Report – rock losing grips as other genres gain”.

Com um outro ponto de vista, Manoel Neto (informação verbal), afirma que isso não se restringe ao rock e defende a ampla diversidade das práticas musicais em Curitiba:

Na verdade (atualmente) tem muito mais artista. Tem muito mais cenas. Tem muito mais espaço. A gente tem pelo menos 50 artistas daqui que tiveram algum destaque em cenário de nicho global nos últimos 20 anos. [...] o sentimento de pertencimento e de cena e de você estar vivenciando culturalmente isso na cidade diminuiu, enquanto que para os nichos não faz essa sensação porque eles vivem aquela cena, então para eles a cena existe, mas a percepção generalizada é que não. [...] o rock é a maioria em determinada classe, mas, o gosto do curitibano mostra que 38% a 40% ouve sertanejo universitário e se a música evangélica é a mais produzida, ela é também a mais consumida.

Embora seja comum a ideia de que o rock perdeu aderência nas últimas duas décadas e isso se reflita em críticas já citadas nesta pesquisa, como por exemplo um “congelamento” dos cachês, no contexto de Curitiba, a causa não é decorrente da diminuição do número de artistas fazendo rock na cidade, como suposto por Straw. Pelo contrário, conforme a lógica econômica da oferta e da demanda propõe, a oferta de determinado produto ou serviço é inversamente proporcional à procura e ao valor atribuído a ele, como coloca Manoel Neto (informação verbal):

Existe um problema na profissão do músico que é a falta de reflexibilidade, que é o artista não conseguir se enxergar e não conseguir enxergar ao seu entorno. Eles têm uma dificuldade em entender o que é o meio. Os critérios de análise são gosto, moral, ‘o meu trabalho é tão bom’. Não se vê a sociedade como ela é: leis, normas, economia, conflitos, questões culturais ou étnicas, lutas de classe, não é visto nada, os músicos não fazem a menor análise de como é a sociedade. Então é um sistema chamado autopoietico, fechado, é um simulacro, onde eles não conseguem sair de uma irreabilidade. [...] é sempre pelo ponto de vista deles e não como as coisas são. [...] o cachê do artista, do músico, tem a ver com um fenômeno que não é só local, tem uma caracterização do setor, [...] tem outros problemas para além do problema do músico, [...] da prefeitura, do alvará, dos donos de bares que criaram sim em Curitiba um cartel, esse cartel começou com um partido [...] isso você não vai ouvir na imprensa, em lugar nenhum, mas a gente tem prova disso. Quando um governante<sup>137</sup> saiu para prefeito, ele pegou uns amigos que eram donos de bares e fecharam um acordo com sessenta bares, esses bares teriam as festas, mas só entrava material de divulgação deste governante, a promessa é que eles (os bares) iam ter uma proteção dele. Isso foi negociado por um vereador que era dono de bar. [...] eles fecharam um acordão e só entrava eles. [...] Curitiba teve uma caracterização por ideia política. E depois todo mundo que tentava abrir um bar de som próprio era polícia o tempo todo, fiscalização e esses caras numa boa. É esse pessoal que padronizou o cachê, esses que têm os bares protegidos.

Luciana Requião defende que isso é um problema nas lógicas de produção: “apesar da ‘aura romântica’ que pode envolver o trabalho de um músico, [...] estão presentes nesses

<sup>137</sup>O texto foi editado com a devida autorização do entrevistado para evitar possíveis censuras por conta da publicação de nomes de partidos, políticos e bares envolvidos nos esquemas de corrupção relatados.



processos de trabalho todas as características e contradições das relações de trabalho”. Em seu trabalho, a autora também constatou que há um “controle na determinação do preço pago pela força de trabalho e da forma de pagamento”, havendo também na Lapa, o congelamento de cachês, ao que explica: “são fixados limites sobre a quantia paga [...] as relações informais predominam e mesmo sendo a música ao vivo [...] que impulsiona a agitação das casas de show, o músico é frequentemente sujeito a condições precárias de trabalho” (REQUIÃO, 2008, p. 177). Então, conforme o exemplo na Lapa, o caso do congelamento dos cachês não é algo exclusivo de Curitiba e pode ser atrelado tanto ao viés político, como citou Manoel Neto, ou ao viés econômico, como defende Requião.

Este ponto foi abordado em minha conversa com Manoel Neto, ele explica que há também uma forte influência do fenômeno econômico, além da globalização, a “precarização do trabalho”, a profissão sem regulamentação sem laços contratuais somados ao excesso de músicos no mercado com “a percepção de que tem muita gente querendo entrar”, faz com que o mercado coloque o preço que quer “e as pessoas se submetam”. Manoel comenta que (informação verbal):

[...] um agravante é que a gente tem um aumento da crise econômica no Brasil de dois anos para cá e muita gente que sabe fazer um som e perdeu o emprego em suas áreas querendo também tocar. [...] muito músico não se ligou que tem um fenômeno novo, os caras estão tocando na rua XV por causa da lei [...] do artista de rua. Aí um governante<sup>138</sup> fez o seguinte [...] tem o uso do som, mas tem também o uso do solo, que é na URBS<sup>139</sup>. [...] então eles dão alvarás para músicos que ficam tocando *cover* e aí aquele local já está ocupado. Eles colocam uns laranjas de bairro, que são ligados a associações de moradores que apoiaram a candidatura dele (daquele governante) para ocupar o espaço e daí não dão mais o alvará do solo para os artistas tocarem, e sai da rua a música autoral. [...] eles ficam emitindo permanentemente alvarás para essas pessoas e não emitem para mais ninguém. Aí vários artistas não estão com espaço em bar, não estão com espaço na rua [...] estão tocando na frente do bar, na rua (sem regulamentação), e não tem cachê, eles pegam um troco e às vezes uma comidinha. [...] aí eles (poder público) fazem essa sacanagem, liberam só para alguns, para os mesmos e sempre é *cover*, [...] está se retirando o espaço dos artistas, além da crise dos bares [...] além dessa nova crise econômica que faz com que empurre mais pessoas que tinham empregos em outras áreas a tentar ganhar um troco de qualquer jeito. [...] isso mina o mercado, ou seja, não tem a ver com a qualidade artística [...] são essas leis econômicas que estabelecem a relação entre contratante e contratado no qual os contratantes também estão em crise mas têm uma vantagem muito grande em relação aos contratados [...] isso detona com a economia do setor.

Apesar de Straw apontar que cenas são fenômenos disruptivos, ele também reconhece que elas podem trabalhar no sentido contrário. Nos parágrafos anteriores, com base na experiência etnográfica, através da incitação de assuntos entre meus pares com o propósito de

<sup>138</sup> O nome foi ocultado com a autorização do entrevistado para fins de evitar retaliações judiciais.

<sup>139</sup> A URBS, é uma empresa de economia mista que controla o sistema de transporte público da cidade de Curitiba



levantar dados qualitativos para esta pesquisa, citei exemplos musicais e extramusicais de como a cena musical rock de Curitiba tem trabalhado no sentido de fixar práticas. Reforço, no entanto, que os exemplos foram colocados com o propósito de reafirmar a possibilidade de resistência das cenas a mudanças e não com o objetivo de caracterizar a cena rock de Curitiba como exclusivamente “engessada” ou arredia.

Para finalizar, segundo Straw, as cenas funcionam cada vez mais como espaços conservadores “organizados contra mudanças”. O autor aponta que “dentro delas, gostos e hábitos são perpetuados com o suporte de redes de instituições de menor escala (lojas e bares)”. Ele comenta que as cenas podem ser como um “antídoto para uma economia de contínua obsolescência e de modismo de curto prazo” (STRAW, 2006, p. 13, tradução nossa), o que reafirma o carácter ambivalente das cenas, sendo tanto fenômenos disruptivos de práticas como também fixadores.

#### 7.1.6 Gêneros roqueiros em Curitiba

Dentro do rock, por exemplo, “o movimento punk surgiu como uma alternativa ao sistema autoritário, à música comercial e à complexidade do rock progressivo” (MERCER, 2017, p. 73). Porém, em Curitiba, apesar de haver uma certa efervescência do estilo no final dos anos 1970, o movimento na capital paranaense é descrito como sendo um tanto desprendido de pretensões políticas. Em depoimento, Kevan ‘Killer’ Gillies, vocalista da Carne Podre, a primeira banda punk de Curitiba, surgida em 1978, explica: “nos tornamos punks pela razão mais primária que é querer e não saber tocar” (2017, p. 73). Em contraste a Gillies, Fernando Tupan, baixista da banda punk Estação do Inferno, formada em 1983, comenta: “a gente queria mudar algumas estruturas dentro da sociedade e começamos a nos posicionar contra a ditadura” (2017, p. 75).

Os gêneros musicais delimitam a produção de sentido demarcando a significação e os aspectos ideológicos dos textos, o que corrobora na demarcação de limites, por isso alguns gêneros remetem a determinados comportamentos, o que, por exemplo, torna a possibilidade de uma banda punk de direita conservadora um contrassenso no âmbito deste gênero e, daí entende-se o porquê de um debate crítico, inclusive com tom de deboche, presente na referida postagem apresentada anteriormente (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 153).

Um ponto destacado por Straw que se conecta a este raciocínio anterior apresentado por Pereira de Sá, e também percebido em minha etnografia, é que grande parte dos roqueiros, sobretudo em Curitiba, acredita que o gosto pelo gênero da música pop está ligado à “era das

modas” e que isso é passageiro até que os valores duráveis do rock façam seu retorno. Tal discurso se exemplifica na fala de Rodrigo Vivasz (informação verbal):

[...] o sertanejo é uma moda. Essa galera toda aí que está indo nesses bares, a Shed (por exemplo), pode ver, lota! Os caras vão atrás das mulheres e nem sempre os caras gostam de sertanejo. [...] se o modismo fosse rock, essas pessoas estariam nos bares de rock. [...] o rock não é só uma questão de moda, o rock é um estilo de vida, o rock’n’roll é uma questão cultural e acho que aqui em Curitiba esta questão cultural do rock é muito presente.

Esse relato exemplifica como para se definir um gênero musical é, concomitantemente, necessário estabelecer aquilo que ele não é, por isso o comportamento de reafirmação do rock na cidade por meio da negação do sertanejo, do funk carioca, do pagode romântico, entre outros – o que ilustra bem o porquê de Fabio Elias ter sido por muitos acusado de “traidor do movimento” quando decidiu romper temporariamente com o rock e seguir carreira no sertanejo. Conforme coloca Straw, “o declínio do rock, como uma forma específica é menos significante do que o [...] minguar de um senso distintivo [...] do seu centro”<sup>140</sup>. (STRAW, 1991, p. 371, tradução nossa). Nesta perspectiva, as mudanças plásticas, ou seja, a forma como soa o gênero, são menos importantes do que as mudanças nos significados e valores atribuídos a ele.

Mesmo a dicotomia *cover hits versus* autoral em Curitiba, em determinada escala, pode ser também abordada por uma questão de gênero musical. Os gêneros, não só como mediadores de escolha, determinam o alcance comercial dos produtos (PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 153). Isso acontece a nível midiático, por meio do lucro em plataformas de *streaming* e demais mídias físicas e entende-se que, dado ao exposto sobre Curitiba, este raciocínio também se estende ao nível de entretenimento noturno local por meio da performance de música ao vivo. Ou seja, não somente as variações de gêneros de rock tocadas, bem como a escolha dos artistas referência difundidos a nível internacional, determinam, pelas mesmas lógicas comerciais de alcance, a escolha dos repertórios na cena musical roqueira curitibana e, por isso, a execução de *hits* ainda domina os locais com maior quantidade de público, afinal, quanto mais difundida a música, maior a possibilidade da casa noturna acertar o gosto da audiência.

---

<sup>140</sup> The decline of heartland rock as a specific form is less significant than is the [...] waning of a distinctive sense [...] of rock music's centre.

### 7.1.7 Cena rock curitibana e o séc. XXI

Tomando como base a definição mais objetiva de cena musical, que seriam as conexões entre as práticas musicais e o local no qual estão inseridas, o próprio contexto temporal em que foi definido o termo cena – globalização – já sugeria repensar as relações entre local e global. A partir das bibliografias utilizadas sobre o rock curitibano, do acervo do Programa Ciclojam 1996-2005, da etnografia, das entrevistas com músicos atuantes por mais de trinta anos na cidade, entre outras evidências, fica claro que nunca houve grande significância de uma possível identidade curitibana no rock da cidade. Pelo contrário, como o próprio apelido “Seattle brasileira” já sugeria nos anos 1990, a cidade produzia bandas de rock aos moldes internacionais e isso ainda é uma tendência inerte. Não significa que não exista uma “identidade” sonora musicalmente curitibana, ela apenas é imprecisa e pouco notável no rock autoral da capital paranaense.

As diversas tecnologias de comunicação digital que surgiram, com abundância principalmente a partir de 2005, reforçaram este carácter global à cena roqueira curitibana, extrapolando seus limites ao ciberespaço em sites, blogs, páginas de redes sociais, perfis em plataformas musicais, entre vários outros ambientes virtuais. A dimensão virtual permite vasto acesso a material sonoro e ideológico da cena roqueira, o que, por exemplo, possibilitou este trabalho atingir um número vasto de agentes musicais e de material para análise, o que antes era restringido à experiência física pessoalmente situada

Frente a um aparente descrédito pela noção de cenas musicais virtuais, sugiro que o principal desafio para a ideia, e talvez o mais produtivo, é entender como estas cenas podem trabalhar para levar a música àquele contexto original exemplificado tanto por Manoel Neto, como também por Levý – em que seria menos aderente à propriedade; semelhante ao contexto original da mensagem, que se dava na oralidade. Um possível caminho, penso estar atrelado a ideia de inteligência coletiva, conforme explica o autor, “o especialista de uma tecnologia ajuda um novato enquanto um outro especialista o inicia, por sua vez, em um campo no qual ele tem menos conhecimentos” (LEVÝ, 2014, p. 29). Assim, mesmo havendo controvérsias, a facilidade de obtenção de informação através da inteligência coletiva, desmistifica aquela noção fetichista a respeito do artista, “como um ser com capacidades extraordinárias, [...] naturais, associadas à noção de dom e talento”, e não no estudo regular de música (REQUIÃO, 2008, p. 136-137).

A contribuição da cibercultura à noção de propriedade coletiva da música, à ideia de que todos podem aprender e interpretá-la, somada à possibilidade de integrá-la frequentemente

de forma personalizada ao próprio cotidiano, exemplifica a ideia de Levý de que a mensagem é levada através do ciberespaço ao patamar em que as mensagens aconteciam antigamente apenas na oralidade, conforme a ótica de John Blacking, Timothy Rice e Alan Merriam ao analisarem sociedades ágrafas e suas relações com a música, onde não há noção de propriedade.

Nesse sentido, tomando como base a fixação de faixas e grupos musicais como específicos nos repertórios de rock em Curitiba, não está este polo da cena rock curitibana contribuindo para uma possível “estandardização” da prática do rock, semelhante ao que aconteceu ao jazz? Por exemplo, no jazz, faz parte do processo de aprendizado de um músico memorizar e executar peças musicais específicas de conhecimento geral na comunidade jazzística. Esses repertórios representam como o gênero deve soar, são compartilhados, amplamente difundidos, de domínio público, e são chamados *standards*<sup>141</sup> por causa desta lógica. Muitas vezes a peça musical em questão é mais conhecida do que seu próprio autor e, por ser amplamente praticada, é facilmente incorporada aos repertórios.

Segundo o raciocínio sobre gênero musical, exposto anteriormente conforme Janotti Junior e Pereira de Sá (2018), entendo que as comunidades deste polo *hit* estão contribuindo para o mesmo fenômeno de estandardização no âmbito do rock, tanto que, mesmo os grupos musicais mais experientes, tendem a reservar grande parte de seu repertório aos *hits*, que são quase sempre utilizados no aprendizado de um instrumento ou na inserção de um indivíduo ao mundo semiótico do rock, justamente pela carga de signos intrínseca a estas faixas. Estas práticas não só conferem uma espécie de “caricatura” do gênero reproduzido na cidade, bem como ajudam na padronização e fixação de canções específicas, muitas das quais, dado a este fenômeno repetitivo, são mais conhecidas inclusive que os grupos que as compuseram.

Além disso, dado ao fato de que são amplamente difundidas e utilizadas como referência de “como o rock deve soar”, sendo esses “*standards* do rock” o primeiro contato dos aprendizes ao domínio, de modo que a maioria dos músicos de rock precisa aprender uma porção de *standards* para incorporar-se à prática, cria-se uma noção comum de “domínio público” dessas peças. É nesse ponto que entendo haver uma possível consonância do que acontece na cena roqueira de Curitiba com o exposto pelos autores anteriormente. Por meio deste raciocínio, sugere-se que a noção de cenas musicais virtuais pode agregar valor ao debate já que contribui no compartilhamento e na fixação dessas referências.

Dentro do debate sobre cenas e o séc. XXI, o diálogo com a noção de cenas virtuais reforça a ideia das simulações e simulacros nas cenas musicais. Como já exposto, considera-se

---

<sup>141</sup> “Padrões”.

algumas práticas como simulação, que é o caso, por definição de grupos *cover*, também nas incorporações de apresentações autorais e mesmo de locais de apresentação. Esses fenômenos estão fortemente enraizados nas práticas roqueiras da cidade, como já descrito na etnografia. Cenas virtuais são também por definição, dado às dinâmicas do ciberespaço, ambientes simulados. Portanto, entendo que desbravar as camadas de simulações e simulacros dentro das práticas do rock curitibano, tanto em ambiente *online* quanto *offline* e, mais além, no diálogo entre esses polos, é um campo produtivo.

## 7.2 A CENA MUSICAL ROCK E OS SEUS INDIVÍDUOS

O fazer musical no domínio da cena roqueira de Curitiba é permeado por fatores extramusicais – podendo ser religiosos, com frequência políticos, relacionados a instituições, com influência de classe, bairrismos e redes de relações e alianças. Para entender o indivíduo na cena roqueira é necessário ter em mente que os contextos condicionam as manifestações musicais. O extramusical está intimamente ligado ao musical e isso se mostra claramente, por exemplo, com as dinâmicas e horários de funcionamento dentro de uma casa noturna; as formas de se vestir; formas de interagir; de performar no palco e na plateia; formas de agir e de falar em público; escolha de repertório, etc.

Na cena musical roqueira de Curitiba são percebidos vários usos da música para funções diferentes. Em suma, a função principal da música, dado ao contexto de consumo nos locais, é o entretenimento. Porém, mais além, mesmo neste viés, a música é usada em diferentes meios para ativar funções mais específicas como: integrar a sociedade por meio de valores comuns, que é o caso do fã de rock que, por diferentes meios, performa publicamente o gosto pelo gênero e, desta forma, se integra a uma comunidade; recurso comunicativo, através da inserção de signos musicais, normalmente de pequena duração, que podem remeter a produtos de mídia massivos que, de modo amplo, são reconhecidos por um significado específico em determinados contextos, como é o exemplo de uma convenção na bateria que remete à comédia, usada em casos de humor.

FIGURA 24 – “BA DUM TSS”



FONTE: O autor (2020)

O uso da música e da performance como “recurso psicológico” é bem presente na cena roqueira curitibana. A aplicação de luzes, com um apelo de certa forma “fantasmagórico”, a capacidade da música penetrar em memórias afetivas e, mesmo através da catalisação de alianças são muito relacionadas ao entretenimento, a apreciação estética e ao envolvimento emocional (RICE, 2014, p. 48). Bater palmas no ritmo de uma música, cantar em uníssono com o grupo que performa, interações em dinâmicas de pergunta e resposta musical, dançar, entre outros recursos, fomentam a noção do uso da música para a função de unir o social e o psicológico. Rice reforça esse ponto de vista ao colocar que agir em conjunto regido pela música faz com que o público torne uma resposta psicológica individual em um recurso social e que isso fortalece as relações (2014, p. 50).

Embora na academia existam debates sobre domínios da arte e suas abrangências, no contexto da cena musical roqueira não é comum o julgamento estético no rock com relação às noções de belo. Uma apresentação de rock funciona e é tida como “boa” quando tem a capacidade de evocar reações como as descritas nos parágrafos anteriores. Existe, entretanto, o julgamento do fazer habilidoso no domínio do rock. O virtuosismo e a capacidade técnica são parâmetros muito valorizados na cena roqueira curitibana, mas nem sempre produzem interseções com o belo. As interseções se dão muitas vezes no sentido contrário, visto que o rock flerta com o “grotesco” em diversos momentos, muito comum para se fazer humor ou causar algum impacto em forma de crítica. Então, a percepção do rock como arte, em geral, não acontece entre os agentes musicais no mesmo sentido que a noção de arte como busca do belo e sim na sua capacidade expressiva, como Baugh defende (1993).

A explicação sobre usos e funções da música nos esclarece os conjuntos de propósito e as possíveis situações em que ela é utilizada. Em linhas gerais é possível seguramente afirmar que na cena rock curitibana estudada a música “funciona” quando causa diversão. Ou seja, das

funções elencadas por Merriam (1964), o entretenimento é com toda certeza a principal e mais explicitamente perceptível. Porém, não é a única função da música encontrada nesta cena.

As funções de expressão emocional; da apreciação estética; da comunicação através de signos musicais; da representação simbólica – como é o caso incontestável das “performances musicais simuladas” na cena, ou os *covers*; da resposta física por meio da interação da plateia como recurso de performance; de se fazer cumprir normas ou ativar comportamentos sociais – notável no pico de consumo de bares durante as apresentações musicais, ou quando a música é iniciada por um aparato mecânico, indicando o fim de uma apresentação musical ao vivo, exemplificam como variadas funções tomam parte do entretenimento musical roqueiro da capital paranaense.

### 7.2.1 Indústria cultural na cena rock de Curitiba

Embora seja através do entretenimento que as pessoas buscam diversão e momentos de alegria, que é o caso percebido na cena roqueira estudada, Adorno lança um pensamento crítico em relação a este recurso. Para o autor, o entretenimento é uma forma de explorar os períodos de ócio do trabalhador justamente para recondicioná-lo ao trabalho, o que se exemplifica pelo comportamento muitas vezes escapista do público roqueiro – através de uma busca da performance musical para fins de *hobby*, consumo de álcool, drogas ilícitas, relacionamentos afetivos, etc. A crítica de Adorno é direcionada ao impedimento causado pela própria indústria na possibilidade de o consumidor realizar as promessas por ela incitadas.

Este mesmo caso acontece em jogos eletrônicos, filmes de ação, também com a glamourização excessiva de personalidades nas mídias de massa, artistas e mesmo esportistas, entre vários outros casos em que o espectador é preso ao desejo por uma irreabilidade, por um simulacro. Por exemplo, a ânsia pela realização desta “promessa” é a causa da proliferação de *hobbistas* por efeito de práticas fetichistas, um fenômeno extremamente recorrente na cena musical rock em Curitiba, fato que é demonstrado claramente na seção de resultados da pesquisa, em que a maioria dos entrevistados, que são músicos atuantes na cidade, demonstram desempenhar outras funções além da performance musical.

O polo da cena rock voltado aos *hits* e todo seu engessamento com relação às escolhas de repertório, não apenas como sendo uma questão de gênero musical ou efeito das repetições do modelo de radiodifusão, tem como causa, segundo a perspectiva de Adorno, a regressão da audição do público que, por mais que seja uma noção passível de críticas, por subentender de forma saudosista um imaginário período anterior em que as pessoas tinham uma audição mais



atenta, é aqui entendido como uma incapacidade “funcional” do indivíduo em estabelecer filtros de escuta e de se entender o próprio gosto musical. Nesta lógica, se gosta de determinada música a partir do quão famosa ela é e não por efeito de escuta crítica da composição artística.

Embora seja alvo de críticas, é um fato muito recorrente na cena rock estudada, como exemplificado pela standardização dos repertórios, isto é, à medida que o tempo passa, mais as práticas e as escolhas se adensam, apesar de um contexto temporal em que as mudanças são favorecidas pelos meios de comunicação digital. Um dos fatores que contribuem para essa padronização é a incapacidade do público, e também dos artistas, em absorver novas referências dentro do terreno no rock, prática que contradiz a perspectiva de Anderson (2006) em que o autor ressalta uma força que seria capaz de nivelar as produções de nicho com os *hits*.

A supervalorização de cantores, a ideia do “ídolo” musical como aquele personagem capaz de comandar a audiência e incitar emoções é bastante comum nas expressões roqueiras curitibanas. Conforme exposto, espera-se do vocalista de uma banda de rock uma atuação extrovertida que seja capaz de entreter. Adorno criticava esta fetichização dos agentes musicais pois, segundo essa lógica, a atenção é desviada da música para uma figura humana particular. Isso também é notável nas expressões do rock neste polo da cena pois, muitas vezes, os cantores mais reconhecidos não são os que desempenham uma função musical precisa e sim os que têm a capacidade de entreter, animar, provocar respostas físicas e interações na plateia.

Trazendo a discussão para o contexto atual e, até mesmo propondo uma futura discussão, não seria a mesma lógica apontada por Adorno, no início do séc. XX, aquela referente à idolatria por parte da audiência pelos vocalistas e guitarristas do rock a partir da segunda metade do séc. XX? A alta exposição midiática aliada à exploração da imagem dessas funções, acarretou no desejo de grande parte dos músicos atuais a buscarem a guitarra elétrica ou a voz como instrumento, fato é que, também em Curitiba, a maior parte da cena musical rock é formada por cantores e guitarristas.

Em Curitiba é notória a fetichização do trabalho do músico por parte dos próprios músicos que, muitas vezes, são incapazes de refletir sobre sua posição de trabalhador do entretenimento. Muitos músicos se deslumbram pela exposição e, mesmo sob o revés da irregularidade da profissão e das péssimas condições de trabalho, calotes, cachês baixos, se encantam com a própria ocupação pelo fato de estar em evidência. Fato é que grande parte dos músicos em Curitiba não têm na música sua principal fonte de renda e atuam no mercado musical da cidade por *hobby*.

Neste caso, aplicando a visão de Adorno, a alta exposição midiática de bandas de rock proliferou uma infinidade de *hobbistas*, pessoas sob efeito de fetiche que não dependem da

música para obtenção de renda, mas mesmo assim disputam o mercado com músicos profissionais para gozo próprio. Levando em conta as leis de oferta e demanda, pode-se entender que a grande quantidade de indivíduos agindo sob esta lógica ajudou a minar o mercado de música ao vivo da capital paranaense.

Ao conversar com Manoel Neto sobre este dado, principalmente no que refere à atualidade da cena musical rock de Curitiba, ele comenta (informação verbal): “se ele (artista) quiser ser *guitar hero* e fama, ele nasceu na época errada porque essa fase já acabou. [...] Hoje em dia ‘ser *guitar hero*’, substitua isso por gamers, youtubers, etc”. O interessante dessa exposição é que ilustra mais um ponto em que a lógica de Anderson (2006), de que os nichos no meio digital ganhariam vantagem competitiva em relação à grande indústria, na prática, não acontece com tanta facilidade. A estrutura ainda é muito parecida com o *broadcasting*, em que muitos consomem o conteúdo de poucos, só que convergiu para o ciberespaço. Isto é, ainda existe uma lógica de comportamento semelhante à do *mass media*, porém em ambientes virtuais como o Youtube, ou o Instagram. O que Manoel aponta é a necessidade de readequação em forma e conteúdo desses agentes musicais que buscam fama e prestígio, do presencial para o digital.

Tem-se de um lado a marginalização com um trabalho geralmente sem regulamentação, sujeitos muitas vezes a calotes por parte dos donos de casas noturnas ou mesmo à exploração por alterações contratuais feitas verbalmente durante o momento da apresentação, em que o músico se vê pressionado a permanecer mais tempo trabalhando do que fora combinado, a não remuneração dos honorários depreendidos em atividades extras, como por exemplo a passagem de som, a não visibilidade do esforço colocado em ensaios, estudos musicais, criação de repertório, elaboração de arranjos, coreografias, entre outros.

De outro lado, uma supervalorização fetichista por parte da audiência que, frequentemente vê o profissional da música como um ser superior, dotado de capacidades mágicas, uma crença absoluta do público na necessidade de talento natural para a realização das atividades musicais, a glamourização decorrente da ocupação ser, por vários fatores, o centro das atenções no local. Fato que se conecta com a reflexão de Adorno: “o caráter fetichista da música produz, através da identificação dos ouvintes com os fetiches lançados no mercado, o seu próprio mascaramento” (ADORNO, 1996, p. 92), isto é, o mascaramento da atividade musical em si, em todas suas etapas e a percepção irreal do músico como sendo um ser dotado de capacidades superiores.

### 7.2.2 Cena rock e comunidades

É possível pensarmos uma relação entre cena musical e comunidades de prática na medida em que a segunda integra à primeira, como aconteceu recentemente, no dia 15 de Dezembro de 2018 e também no dia 24 de Fevereiro de 2019, com as edições do festival “Autoral Não Paga Conta”, o qual é organizado e divulgado por três grupos musicais de Curitiba: Electric Mob, Lenhadores da Antártida e Radiophonics. O próprio nome do festival é auto sugestivo e traz à tona algumas temáticas levantadas por Pitre-Vásquez e Macan (2017, p. 19), sobretudo em relação à desvalorização da música local em Curitiba e à predominância de repertório *cover* na cena musical rock da capital paranaense.

Por efeito disso, esses três grupos musicais se reuniram no que podemos entender como uma comunidade de prática, na qual o “domínio” em questão seria o rock autoral, a “prática”, segundo os próprios canais de comunicação do festival sugerem, seria a criação de espaço para a música autoral por meio de um evento que foca nos objetivos comuns destes músicos, mais especificamente na solução de um problema – a falta de espaço.

Por fim, a “comunidade” refere-se àqueles cinco níveis de microambiente explicados anteriormente: grupo nuclear, que estaria atrelado aos líderes e organizadores do evento; grupo de adesão completa, membros das bandas e a audiência presente no festival; de participação periférica, espectadores casuais que se encaixam no público-alvo do evento; grupo de participação transacional, relacionado aos prestadores de serviço, e demais atores que não fazem parte ativa da comunidade; e grupo de acesso passivo, por exemplo nós pesquisadores, estudiosos que analisam “de fora” este fenômeno sob respaldo teórico que tal comunidade não acessa (KIMIECK, 2002).

Assim, entende-se que os três grupos musicais supracitados, ao se organizarem em grupo em torno de um “domínio”, o rock autoral, para solucionar um problema comum, a falta de espaço, através de uma prática, o festival e a criação de espaço, preenchem as categorias colocadas por Wenger (1998) para se constituir uma comunidade de práticas. Além disso, vale ressaltar que, através desta comunidade, o grupo interviu na cena musical do rock em Curitiba pois, a começar por ter um nome auto sugestivo dado ao evento, elaboraram uma crítica ao cenário da capital paranaense ao mesmo tempo em que criaram visibilidade e espaço para uma prática reprimida pelo mercado de bares da cidade – o rock autoral.

Há, neste sentido, três sugestões para estudos futuros e possíveis reflexões sobre o conceito que não foram elucidadas até então. Comunidades de prática necessariamente precisam ter frequência regular de seus atores para se constituírem como tal? O caso do

“Autoral Não Paga Conta”, apesar de preencher os pré-requisitos colocados por Wenger, difere-se fortemente do evento apontado por Torres e Araújo (2009), o Canja de Viola, uma vez que o primeiro é esporádico e o segundo perdura por mais de 30 anos.

O segundo ponto é, no sentido totalmente oposto, a partir do olhar de Wenger, é possível elencar o conceito de comunidades de prática musical também no âmbito de grupos em que o fazer musical é essencial para a organização das sociedades em que eles integram, tal como o povo Venda, amplamente discutido na obra de John Blacking (1974) em que a aprendizagem musical é fator determinante para o desenrolar das práticas que os organizam socialmente?

Por terceiro, no âmbito das cenas musicais, Straw conclui que o que lhe causa real interesse são os caminhos pelos quais alianças musicais são formadas (STRAW, 1991, p. 385). Seguindo neste propósito, de que forma o compartilhamento de identidades através do fazer musical em comunidades proporciona alianças e afetos dentro de cenas musicais?

O termo comunidade de prática se apresenta como um conceito produtivo nos casos levantados, tanto para a conservação e disseminação de conhecimento específico, quanto para a solução de problemas comuns, fica então a reflexão de, no mesmo sentido das críticas colocadas sobre cena musical, de Will Straw, até que ponto o termo comunidades de prática pode ser flexibilizado para entendermos as organizações de grupos sociais que giram em torno de práticas e domínios específicos.

Por fim, a reflexão sobre os conceitos apresentados nesta seção ilustra a relevância dos indivíduos em sua atuação no tema maior proposto neste estudo, que é cena musical. Mazer demonstra este fato, ao discorrer que a participação dos atores sociais é “vital para a existência de uma cena, pois sua configuração é baseada na afetividade e identificação dos indivíduos” (MAZER, 2017, p. 4).

### 7.3 A CENA MUSICAL ROCK DE CURITIBA E SEUS ESPAÇOS

Herschmann destaca que cena são “relações de todo tipo que são construídas no espaço”, tendo a música como fator mediador (2013, p. 49). O carácter dessas relações, mas principalmente o carácter da audiência se dá na interseção das organizações em que a música é disseminada que, no caso deste estudo são principalmente bares – no estilo moto bar, pub e americano – e meios de comunicação, plataformas de *streaming*, rádio e TV, entre outros (STRAW, 1991, p. 384).

Dentro da noção de “espaços praticados”, que são aqueles caracterizados pelos rastros de seus frequentadores, assume-se que existe então uma conexão entre território e as expressões culturais nele presentes. Em cenas musicais, sobretudo na cena rock de Curitiba, se lançarmos esta noção a nível de microambiente, com a cartografia é possível identificar essas expressões culturais particulares com os locais em que se fazem mais frequentemente presentes. Um exemplo é a região do bairro São Francisco, que possui grande quantidade de bares e a maioria deles destina-se à prática de repertório *underground* ou autoral.

Em um nível de entendimento mais amplo, podem haver rupturas da cultura local com o espaço em que ela uma vez foi inserida, originando uma “perda de relação natural” entre o sociocultural e os territórios, o que é chamado por Canclini de “desterritorialização”. Esse fenômeno é intensificado pelos fluxos econômicos e culturais internacionais e pelas lógicas de modernização da cultura apropriadas por instituições privadas, que moldam o carácter das expressões artísticas subsidiadas no sentido (2008).

Um possível exemplo razoável é o caso da “Seattle brasileira”, que ocorreu devido à grande quantidade de bandas *grunge* – que era um estilo proveniente dos Estados Unidos, sobretudo da cidade de Seattle e Los Angeles – intensificado na cena musical rock paranaense do início dos anos 1990. Isto vem sendo percebido até hoje e ilustra, ainda que em nível superficial, o fenômeno de desterritorialização colocado por Canclini, pois naquela época as características dos grupos musicais roqueiros da cidade relembavam mais às dos grupos da cidade norte americana do que dos da própria Curitiba (CANCLINI apud PEREIRA DE SÁ, 2011, p. 158).

Em Curitiba, é comum a crítica por falta de espaço para a música na cidade, sobretudo a autoral (MACAN, 2017, p. 26). Dado a este fato de conhecimento geral entre os artistas na cidade, três bandas curitibanas criaram o festival “Autorial Não Paga a Conta”, que aconteceu no dia 15 de Dezembro de 2018 no Basement Cultural<sup>142</sup>, em Curitiba. Ben Hur Auwarter, guitarrista da banda de rock curitibana Electric Mob, colocou em um de seus posts de divulgação do evento no Facebook, “quando não se tem espaço, a gente cria”, o que dialoga com o caso das *raves* londrinas apresentado por Pereira de Sá (2011).

---

<sup>142</sup> O Basement Cultural situa-se em Curitiba na Rua Des. Benvindo Valente, 260, no bairro São Francisco e “é um espaço criado e destinado à atividades com que promovem todo o tipo de arte e cultura, como: shows, mostras, exposições, teatro, apresentações circenses, bazares abertos, workshops e tudo relacionado à cultura”. Fonte: <https://bit.ly/2DbXjWO>

FIGURA 25 – QR CODE DE ACESSO O *FLYER* DO FESTIVAL AUTORAL NÃO PAGA CONTA

FONTE: O autor (2020)

Vergara (2013) e Augé (2008) discutem as relações com o espaço, uma vez que tenha sido recortado e significado a nível emocional e social pelas comunidades que o ocupam, estabelecendo os conceitos de território, territorialidade, lugar e não-lugar. Em Curitiba, se tomarmos como exemplo o próprio posicionamento dos principais negócios em que se acontecem apresentações musicais, moto bares, pubs e bares americanos, tem-se aí a estratégia de significação do território. Junto a esta ideia, levando em conta as comparações com a escala humana, propostas por Straw (2006) e Vergara (2013), a disposição (interna e externa) desses locais na cena são parte dessas significações a nível dispositivo.

As diferentes formas de acesso aos locais, principalmente os caminhos que levam a esses lugares, as rotas de GPS ou os atalhos urbanos também participam das significações, neste caso, ao nível do espaço sistêmico. O bairro em que estão inseridos, a regional da cidade, a própria cidade em si, o estado, a região do país em que se encontra esses lugares, dentro de uma noção de escala, exercem significação. Em Curitiba, por exemplo, dizer que se vai a um bar localizado no bairro do Batel é também pressupor uma classe social específica, uma faixa de preço ao entretenimento oferecido, grupos musicais específicos que compõem o histórico desse lugar, entre outras significações a nível sistêmico.

Os três níveis propostos por Vergara (2013) se sobrepõem, mas o mais perceptível na relação da cultura com o espaço em que está inserida, sem dúvida é o nível simbólico e expressivo. Diversas canções e outras obras de arte ecoam a relação emotiva dos indivíduos com o local em que estão presentes. Em Curitiba isso é mais presente na música autoral que, embora não haja uma identificação explícita puramente musical com modos de se fazer música “curitibana”, alguns elementos paranaenses as vezes aparecem, tal como: o pinhão, a araucária, a gralha-azul, a estrada da graciosa, os bairros de Curitiba, entre outros componentes que são signos locais.

A seguir, seguem três exemplos de como o nível “simbólico e expressivo” da relação indivíduo-espço pode se materializar na música no âmbito deste trabalho. O primeiro trata-se de uma canção da banda de rock Blindagem intitulada “*Cheiro do Mato*”, do álbum homônimo de 1981. O segundo exemplo é uma canção do paranaense João Lopes, também de 1981, intitulada “*Bicho do Paraná*”, considerada por muitos o “hino” do estado. O terceiro, mais atual, é da banda curitibana CWRock, intitulada “*Sou Daqui*”.

FIGURA 26 – QR CODE DE ACESSO PARA EXEMPLOS DE RELAÇÕES DE ESPAÇO SIMBÓLICO-EXPRESSIVO



FONTE: O autor (2020)

No âmbito dos efeitos da modernidade, que é o contexto principal deste trabalho, destacam-se a formação de não-lugares (AUGÉ, 2008). Como não-lugares na cena roqueira de Curitiba entendo também aqueles em que se cria a mesma lógica dos simulacros proposta por (BAUDRILLARD, 1991). São territórios simulados para acomodar o consumidor em um ambiente sem falhas, onde os defeitos não aparecem e cria-se uma aura de realidade ideal.

Como exemplo mais próximo de não-lugar no cenário musical de Curitiba, ainda que haja controvérsias por ser oriundo de uma cultura fortemente americanizada, pode-se colocar a casa noturna Hard Rock Café<sup>143</sup>, uma franquia internacional com bares espalhados por todo o globo e que possui um conceito padrão independentemente de onde esteja situado. O conceito do Hard Rock é reunir em um mesmo local, referências globais do rock’n’roll, não restringindo-se apenas às referências norte-americanas.

Desde a decoração da casa, até o estilo musical executado nas apresentações ao vivo que acontecem neste bar são comuns aos outros bares da franquia ao redor do mundo. Tal como aeroportos, metrô e *shopping centers*, pode-se entender este estilo de bar como um não-lugar,

<sup>143</sup> É uma franquia estadunidense de restaurantes temáticos com mais de 191 unidades espalhadas em 59 países, cujo tema é o Rock 'n Roll. Está instalada no nobre bairro do Batel, no coração da cidade, e com capacidade para receber aproximadamente 360 pessoas.



pois dentro deste espaço o indivíduo é destituído de sua relação sociocultural com o local geográfico em que está situado, o que configura também “desterritorialização” segundo o raciocínio de Canclini.

Da mesma forma, para atender as demandas de um não-lugar, como o Hard Rock Café, já que este bar oferece apresentações ao vivo, as bandas locais também precisam se adequar à proposta da casa de shows porque o público é, em grande parte, de característica transitória – pessoas em viagem que passam por ali pela característica comum do local. Então a conexão do conceito de não-lugares e cenas musicais pode-se tornar significativa neste sentido, ao propor uma avaliação da readequação de práticas que esses locais demandam, principalmente por parte dos grupos musicais ali atuantes, que em meio a este contexto, precisam realinhar suas características, muitas vezes personalizar suas performances, decorrente das demandas neutralizadoras que um não-lugar propõe.

Quando estive presente para me apresentar no Hard Rock Café me deparei com dois (não) lugares dentro do mesmo território. De um lado a parte do restaurante que o público percebe sensorialmente, com as impecáveis decorações, exposições de roupas de astros e estrelas do rock, instrumentos – que também geram questionamentos quanto à própria autenticidade –, etc. De outro lado, tive contato com o *backstage*, um local neutro, de acesso restrito aos funcionários, quase todo pintado de branco, sem quadros nas paredes, com corredores confusos, um pouco caótico e apertado. A parte projetada em que se recebiam os clientes é aconchegante, os atendentes estão sempre sorrindo e busca-se viver intensamente a experiência através de signos do rock’n’roll incorporados ao local. Ao passar por uma porta “restrita aos funcionários”, o ambiente muda drasticamente.

No momento em que precisei passar pela cozinha para ter acesso ao camarim improvisado no andar superior do prédio, reparei que durante a preparação dos pratos os cozinheiros ouviam no rádio o gênero sertanejo universitário, que é “abominado” pelo público roqueiro. Então, não somente nesse sentido que defendo que as simulações estão presentes nos não-lugares, assim como as bandas *cover* o importante é “parecer” mais próximo possível de uma referência ideal.

Além da noção de emosignificação em lugares por práticas culturais, é possível entender “territorialidades sônico-musicais” como processos de significação e ressignificação de espaços geográficos atrelados às práticas musicais que nelas se desenvolvem. Estes processos estão intimamente ligados com a lógica em três níveis apresentada por Abílio Vergara, porém neste caso, trata-se de uma reflexão direta das experiências em música

(BLACKING, 1995) como mediadoras da sociabilidade e na significação de espaços em “lugares”, tal como acontece em cenas musicais locais, por exemplo.

Contudo, a reflexão de Herschmann (2013) sobre esses fenômenos parece estar mais focada a locais públicos, podendo ser a céu aberto como “ruas, jardins, ruas-galeria”, entre outros. Embora o autor destaque a proporção de benefícios diretos e indiretos para os agentes culturais em torno de territorialidades sônico-musicais, em Curitiba vem-se aplicando uma lógica contrária à receptividade da cidade por músicos que se apresentam em espaços públicos, o que dificultam a ocorrência desses fenômenos. Prisões de músicos, apreensão de instrumentos, aplicação de multas são comuns em agentes culturais que tentam, de alguma forma, se apresentar nessas localidades, e prejudicam a existência dessas territorialidades sônico musicais, como é o caso da Rua XV de Novembro, por exemplo.

FIGURA 27 – NOTA DE REPÚDIO DA OMB EM 05 DE AGOSTO DE 2019



FONTE: O autor (2020)

Alguns desses locais são temporários, servem hora ou outra como palco de festivais momentâneos ou demais eventos, que é o caso do Museu Oscar Niemeyer, do Usina 5, da Pedreira Paulo Leminski, da Ópera de Arame e da Live Curitiba, do Teatro Positivo, entre outros. Coincidentemente, estes são locais de grande porte, que recebem em torno de mil pessoas (Ópera de Arame, com capacidade de 1572) a aproximadamente 30 mil expectadores, que é o caso da Pedreira Paulo Leminski. Alguns desses locais só abrem para apresentações de artistas amplamente difundidos pelas mídias nacionais e internacionais.

Por exemplo, segundo o site da Gazeta do Povo (2019) entre Agosto e Setembro de 2019, os principais concertos na Pedreira Paulo Leminski são dos artistas de rock internacional Europe, Scorpions, Whitesnake, Bon Jovi e, os nacionais Sandy & Junior, que atuam numa mescla de estilos entre pop e sertanejo. Nos demais locais de grande porte da cidade, nesse

mesmo recorte, também se percebe a mesma lógica pois, são ocupados apenas por artistas difundidos na grande mídia de massa nacional e internacional, como é o exemplo das seguintes atrações em Curitiba neste período recortado: Celtic Woman; Fernando e Sorocaba ; Thiaguinho ; Marcelo Falcão ; Call The Police ; e Marília Mendonça .

Por limitação de tempo, espaço e também por relevância da discussão, optou-se por exemplificar as atrações que ocupam os maiores espaços de Curitiba apenas entre a janela temporal de Agosto e Setembro de 2019, mas, o padrão se repete em todos os meses, em todos os anos. Não há artistas de Curitiba ocupando frequentemente esses espaços, em nenhum gênero musical específico, de modo que eles ficam reservados a atrações *mainstream*.

Todavia, existem poucas exceções. Uma delas é o Festival Crossroads no Dia Mundial do Rock, que acontece no espaço Usina 5 promovido pelo bar curitibano Crossroads com atrações nacionais e também locais.

### 7.3.1 A cartografia

Anteriormente foram demonstrados os seguintes dados socioeconômicos das Regionais de Curitiba: população; densidade demográfica; renda mensal por domicílio; quantidade de estabelecimentos formais. A partir da distribuição dos locais encontrados por meio da etnografia no território de Curitiba, conclui-se que o principal fator convergente entre a localização desses locais e o território da cidade se dá na renda das Regionais. Em outras palavras, as Regionais com maior renda mensal por domicílio, são as que possuem mais locais com música ao vivo em Curitiba.

No mesmo sentido, as Regionais que possuem menor renda mensal são as que apresentaram menor quantidade de locais. A Regional do Tatuquara, por exemplo, é a que ocupa a última posição no ranking de rendimento nominal e é a única que não apresentou locais com música ao vivo. Acompanhando este dado, a Regional Bairro Novo, que ocupa a penúltima posição no ranking de renda mensal das Regionais de Curitiba, foi também a Regional que esteve apenas à frente da Regional Tatuquara com locais de música ao vivo, apresentando apenas um.

Embora entenda-se que existe uma forte relação da cena com esses quesitos, a localização desses espaços para música não se dá, portanto, apenas determinada pela quantidade populacional, pela densidade demográfica ou pela quantidade de estabelecimentos formais nas Regionais, de modo que o único fator que corresponde diretamente proporcional à quantidade de locais para música ao vivo, foi a renda mensal de domicílios, o que se comprova ao

cruzarmos os dados que demonstram as Regionais Matriz, Portão, Santa Felicidade e Boa Vista, respectivamente no topo do ranking de renda da cidade e a disposição dos locais sociais apresentada pelo mapa da divisão horizontal da cidade.

Um dado que comprova a não coincidência desta correlação apresentada nos parágrafos anteriores, foi que a concentração de locais por Regional seguiu o padrão determinado pela renda mensal de cada uma delas. A Regional Matriz é a que possui mais locais para música ao vivo e é também a que possui a maior renda mensal por domicílio, seguida pela Regional Portão, Santa Felicidade e Boa Vista, nessa ordem tal qual o ranking de rendimento nominal. O mesmo raciocínio funciona para as que possuem menos locais com música ao vivo, sendo a Regional Tatuquara a que possui menor renda mensal e também menos locais. Voltando à fundamentação teórica proposta por Straw (1991; 2006), é possível afirmar então, com base nestas correlações que cenas são fenômenos fortemente influenciados pela economia local e com alcance e propensão a concentração de espaços, diretamente proporcional à renda das regiões que ocupam. Em outras palavras, onde há maior concentração de renda, há também mais oferta de entretenimento.

### 7.3.2 Cena rock curitibana e o ciberespaço

Cenas musicais se relacionam intimamente com os locais em que ocupam e isso estende-se pelo meio virtual – o ciberespaço. Já existia desde os anos 1990 um questionamento sobre como o ciberespaço afetaria o território urbano. Levý comenta que os maiores tráfegos de acesso ao ciberespaço coincidem com os grandes centros econômicos e que isso contribui para fixar o controle desses polos sobre as redes de poder (2014, p. 189).

As quatro categorias de relações entre cidades e o ciberespaço colocadas por Levý, podem ser percebidas mais nitidamente no contexto atual em que já são comuns os efeitos da conectividade, como discriminado por Lemos (2005). O próprio *tour* virtual pelo Sheridan's Irish Pub remete a uma analogia entre territórios físicos e virtuais. Embora na época de seu texto original (final da década de 1990) o autor criticasse a falta de interatividade entre audiência e produtores, atualmente há uma linha tênue e imprecisa entre essas duas funções.

É comum músicos e frequentadores trocarem material midiático (fotos e vídeos principalmente) das apresentações por meio do registro em dispositivos *mobile* e do compartilhamento em redes. Isso foi facilitado pelo acesso à internet banda larga, principalmente pelas melhorias nos sinais de internet *mobile*. Então, nessa primeira categoria é possível também elencar repartições do Google Maps que são atualizadas pelos próprios

usuários. Isso é muito comum na cena musical rock de Curitiba porque, mesmo que uma pessoa nunca tenha ido pessoalmente a determinado lugar, ela pode ter um acesso prévio por meio das contribuições de outros usuários, recurso amplamente utilizado neste trabalho, principalmente na cartografia das regiões sociais em que muito desempenhei o papel de *ciberflâneur*.

O segundo ponto colocado por Levý é o paradoxo da substituição. Segundo essa ideia, já que o ciberespaço tira a obrigatoriedade das pessoas em estar de corpo presente nas situações da vida cotidiana, elas trocariam o físico pelo virtual. Em determinados casos na cena musical roqueira de Curitiba isso pode ser exemplificado. Como é o caso dos vídeos ao vivo ou dos *stories* pela plataforma Instagram. Por meio dessas tecnologias, os usuários têm acesso ao conteúdo de diferentes locais de apresentação em tempo real.

Outro ponto que favorece esse acesso é o filtro de conteúdo colocado pelos usuários nessa rede. Como a novidade na era pós-digital perdeu sua carga apelativa, o que se explica pelo próprio excesso de informação, é comum que se publiquem apenas os *highlights* dos eventos, assim se captura a atenção das pessoas sem que isso demande muito tempo delas, comprimindo a informação apenas ao “mais interessante” (LONGO, 2017). Com isso, um mesmo usuário pode ter acesso às vastas manifestações em diferentes locais da cidade com pouco tempo de uso e sem sair de casa.

O paradoxo se dá porque com este fato, surge a crença de que as pessoas trocariam o físico pelo real, entretanto, claramente isso não acontece. Os materiais em tempo real como os *stories* e os vídeos ao vivo são, para além de fins de registro, publicidade que, de fato, atrai pessoas aos locais de apresentação. Reforçando o argumento de Levý de que quanto mais as pessoas se comunicam, mais elas se deslocam no espaço físico, é percebido que quanto mais material desta categoria sobre determinado local, e quanto mais difundido pelas redes de relações, mais frequentado fisicamente ele será.

Atualmente, entendo não haver tão frequentemente o terceiro ponto levantado por Levý, que é o da assimilação. O autor critica a noção que se tinha nos anos 1990 de que o ciberespaço funcionaria tal qual as estruturas dos territórios físicos. De fato, em consonância com o que Levý apontara, percebe-se que a própria inteligência coletiva no ciberespaço deu conta nas últimas duas décadas de eliminar essa questão, o que é comum em cursos, vídeos, artigos e demais conteúdos *online* e gratuitos que informam os usuários sobre o ambiente digital, por exemplo.

No âmbito da cena roqueira isso é frequente, tanto que o domínio sobre o funcionamento do ciberespaço culmina em estratégias atualmente essenciais para o desempenho não somente da profissão músico, como da informação coletada e produzida por

frequentadores. Essa vivência ativa no ciberespaço ajuda a eliminar a crença de que o meio virtual se estrutura tal qual os meios físicos.

O quarto ponto seria então o da “democracia eletrônica”, modos de articulação que permitem uma comunicação mais transversal, sem a ordem hierárquica social imposta por lógicas territoriais. Um exemplo prático foi a recente articulação de músicos curitibanos em meio digital sobre uma rígida medida da prefeitura que limita a liberdade de artistas de rua em ocupar espaços públicos. Esta quarta categoria traz mais à tona o papel da inteligência coletiva, ao que se exemplifica pelos sistemas de *feedbacks* em tempo real, sistemas de avaliação e, principalmente, pela capacidade de tornar os “grupos humanos mais conscientes daquilo que fazem em conjunto” em relação à vida na urbe.

Entendo que, juntamente ao proposto por Levý, as formas de se perceber e de se tomar decisões com relação ao espaço na cidade, seguindo os níveis propostos por Vergara também são alteradas pela inserção do ciberespaço e da cibercultura na vida cotidiana das pessoas. Um exemplo recente em Curitiba, que reconfigurou o entretenimento noturno, foi à ampla adesão à aplicativos de carona, como o Uber e o 99 Pop. Esses aplicativos utilizam a lógica da economia colaborativa somada às diversas possibilidades do ciberespaço e das tecnologias *mobile* para catalisar a oferta de caronas com as demandas, o que é tido como inovação no transporte urbano.

Isso afetou amplamente a vida noturna curitibana porque eliminou a necessidade das pessoas em ter um carro próprio para frequentar determinados espaços, mesmo os mais distantes e com endereço desconhecido pelo usuário. Por exemplo, se antes um músico ou frequentador de casas de entretenimento precisava arcar com custos de estacionamento, combustível, taxi, entre outros, com esses aplicativos, esses custos são barateados.

Isso se dá porque, por meio do GPS – conectado ao ciberespaço – o *app* em questão localiza em tempo real um motorista credenciado que esteja próximo ao local para oferecer o serviço, diferente de uma rádio taxi, por exemplo, em que essa localização se dá de forma demorada, por rádio e acaba custando mais caro. O uso desses aplicativos também diminuiu a demanda por transporte público pois os valores são quase os mesmos, com a diferença que o transporte por carro é mais confortável e mais rápido.

Mais além ainda, esses *apps*, por possuírem os sistemas de classificação e comentários públicos, condicionam o serviço para ter mais qualidade e ser mais seguro. Então, se um frequentador ou um músico precisa sair de determinado estabelecimento às 03:00 da manhã, com essas tecnologias ele se abstém de ficar esperando um ônibus “madrugueiro” num ponto público, o que pode ser perigoso dependendo da localidade, de ter que pagar por viagens caras

de taxi, ou ainda de correr o risco de se acidentar ou de ter que pagar multas em *blitz* por ter ingerido álcool e dirigido.

É muito evidente que essas possibilidades providas pelo ciberespaço democratizaram mais os espaços físicos porque, se antes um possível frequentador de casas de entretenimento encontrava algum tipo de resistência em buscar diversão noturna por conta das dificuldades do “mundo *offline*”, pelo menos de cinco anos para cá isso não acontece mais. Mesmo músicos, profissão em que era quase obrigatório a posse de um veículo próprio – dado a quantidade de equipamento para se carregar – agora foram aliviados dessa preocupação extra.

## 7.4 ROCK EM CURITIBA E A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO LOCAL

### 7.4.1 Cadeia produtiva e cena rock curitibana

A ideia de indústria do entretenimento na cena rock remete, num primeiro momento, ao conjunto de instituições e processos que fomentam uma rede econômica em torno do consumo de música. No que tange a cadeia produtiva da economia da música, a capital paranaense não possui todos os componentes dos elos bem estruturados. Por exemplo, na primeira categoria, que é a de pré-produção, é nítido a pouca produção de instrumentos na cidade. Por outro lado, existem muitos profissionais de luthieria e existe também o curso de construção de instrumentos na UFPR.

Não há na cidade nenhuma grande fábrica desses equipamentos, os profissionais deste ramo trabalham principalmente em ateliês de pequeno porte. De modo geral, se percebe uma crítica extensiva a todo tipo de produto nacional neste ramo, os músicos tendem a preferir produtos importados por questões de qualidade. A falta de fábricas de instrumentos em larga escala não é problema para a aquisição de instrumentos, uma vez que existe a possibilidade de aquisição de importados em lojas da cidade com ampla variedade de preços.

Por outro lado, existem várias escolas de formação musical, pública e privadas, desde o ensino fundamental à pós-graduação. Entre as escolas particulares, algumas são exclusivamente dedicadas à prática do rock. Em Curitiba existem pelo menos quatro grandes cursos de graduação e licenciatura em Música, na PUC-PR, UFPR, FAP e na Escola de Música e Belas Artes do Paraná (EMBAP). De modo geral, existe ampla oferta de instrumentos importados e de educação musical na cidade.

Se de um lado a falta de grandes fabricantes de instrumentos não se mostra como um problema ao acesso para eles, visto que a maioria é importado, de outro, a falta de formação de



plateia a partir do nível fundamental e médio se apresenta como um fator extremamente prejudicial para o consumo de música na cidade. Entendo este como sendo o maior problema na cadeia produtiva da economia da música em Curitiba. Fato que ilustra esse dado é o total de 95,5% de pessoas entrevistadas no questionário *online* que não estão plenamente satisfeitas com a realização de festivais promovidos na cidade.

No elo da produção, o principal desfalque é em relação aos selos de gravação. Principalmente porque, em comparação com o resto do Brasil, Curitiba apresenta poucas dessas estruturas. Selos são, basicamente, categorias de gravadoras destinadas a um conjunto de expressões musicais semelhantes. Um selo pode ser uma parte de uma gravadora maior, ou um único escritório independente que “assina” trabalhos autorais sob determinada estética e os produz. Curitiba possui em abundância estúdios, técnicos, produtores de multimídia, músicos, compositores, entre outros profissionais, no entanto é notável a falta de selos de gravação.

Segundo Goldschmitt, aproximadamente 70% dos selos de gravação brasileiros encontram-se no eixo Rio-São Paulo. Curitiba representa 2,90% do total, tendo conforme os dados da pesquisadora, apenas cinco dessas unidades produtivas (2014, p. 499). Como faltam selos de produção de música, o terceiro elo da cadeia, em que se trata da distribuição, acaba sendo afetado pois, como existe pouca demanda de música gravada no território da cidade, logo não há oferta de serviços que deem continuidade ao processo. Nesse sentido, não há em abundância empresas especializadas em publicidade e propaganda, ou *marketing* musical. Essa função acaba ficando a cargo dos próprios músicos, o que exemplifica a abundância de cursos *online* direcionados a musicistas para a instrução autodidata de *marketing* e negócios musicais digitais.

Sobre o quarto elo da cadeia, por exemplo, é possível afirmar que existe espaço midiático para o rock curitibano, tanto que 53% dos entrevistados no questionário *online* apontam já ter em algum momento participado de programas de rádio e TV. Entretanto, esse espaço midiático é sempre colocado à margem dos principais horários e as iniciativas para visibilizar música curitibana são também percebidas pela audiência como fatos isolados. O espaço midiático em grandes redes de radiodifusão é limitado a produções do eixo Rio e São Paulo. Mesmo nas rádios e TV's locais não se reproduz com abundância os materiais de Curitiba.

Existem exceções, por exemplo a Rede É-Paraná, que é o veículo de comunicação estatal; o programa Estúdio C da rede Globo local, a emissora RPC, entre outros. A rádio Mundo Livre FM possui uma iniciativa que “captura” grupos autorais locais, mas, durante o horário de maior audiência não possui nenhum quadro que se concentre em reproduzir música

autoral curitibana, dado à falta de demanda por esse tipo de música. Revistas impressas ou digitais, colunas de jornal, entre outros meios de divulgação existem em pequena escala. Não há uma agenda cultural de rock curitibano divulgada e visibilizada em grande proporção, comparando-se com as das grandes produções nacionais e internacionais que visitam a cidade.

No quinto elo da cadeia, o direcionado ao consumo, a própria extensão do trabalho até então já exemplifica como há a predominância dos *hits* sobre a música autoral na cena rock. Isso é uma característica que estabelece rupturas na cena musical rock de Curitiba, dado que a música autoral e o *cover* tendem a não se misturar. Porém há consumo significativo de rock na cidade, exemplificado pela quantidade de locais de apresentação, pela existência de uma rádio direcionada ao gênero, pela presença frequente de supergrupos internacionais, entre outros fatores.

A meu ver, esses “buracos” na cadeia produtiva são efeitos da falta de uma estrutura consolidada de pré-produção na cidade. Alvaro Ramos, ao comparar o cenário musical com o cinematográfico, corrobora essa ideia ao ressaltar que “o cinema ganhou um certo glamour, tem lá os festivais de curta metragem, que tem premiação. [...] Isso passa por um outro conceito, que é o de formação de plateia”, que é um conceito relacionado à etapa de pré-produção da cadeia produtiva.

Existem na capital paranaense iniciativas públicas para promover música, como a Oficina de Música de Curitiba, a Virada Cultural, entre outras medidas municipais. Porém é notável a falta de festivais públicos direcionados à música autoral, o que colabora para o problema de formação de plateia. Por exemplo, Bacchieri (2012) demonstra como os festivais autorais impactaram a música do Rio Grande do Sul e ajudaram o estado a formar audiência direcionada à música local, o que é sempre motivo de comparação entre as audiências riograndenses, que são conhecidas por consumir a música local, e o público paranaense, que é conhecido pela lógica contrária.

O que se entende, de modo geral, é que fica a cargo do músico buscar preencher essas lacunas na cadeia produtiva. O músico trabalha de forma independente para achar seu próprio nicho de mercado, quase sempre por meio de estratégias digitais. A gravação dos trabalhos também se dá de forma independente, pois são poucos os selos de gravação curitibanos. A busca de conhecimento sobre planejamento de *marketing* e publicidade também acontece de forma autônoma, tanto quanto a divulgação, principalmente em meio digital. Então, dado a esses “buracos” na cadeia produtiva, junto a fatores que são externos a Curitiba, de âmbito global, surgem novas funções “extramusicais” à profissão de músico.

É possível arriscar um paralelo com a difundida teoria das hierarquias das necessidades de Abraham Maslow para entendermos o porquê da desestruturação da cadeia produtiva da música na cidade de Curitiba. Segundo Maslow, em linhas gerais, existem cinco categorias que um indivíduo precisa preencher para alcançar a realização pessoal – que é o auge de todas as categorias. Nesse pensamento, é necessário construir a realização pessoal em cima de bases de necessidade (MASLOW, 1970).

A primeira base seria a das necessidades fisiológicas, seguida respectivamente por: necessidade de segurança; relacionamentos afetivos; autoestima e conquistas; e por fim, realização pessoal. A lógica de Maslow elenca essa ordem de necessidades em uma pirâmide, de forma que sem atingir a primeira categoria de necessidades, um indivíduo não poderá atingir a próxima e, conseqüentemente, não atingirá a última fase de realização pessoal. O preenchimento ordenado de cada fase das necessidades é então condicionante para o alcance das respectivas fases. Nesse sentido, um indivíduo que passa necessidades básicas como fome, desamparo ou condições precárias de moradia, impossibilidade de realizar higiene pessoal e de se vestir, não conseguirá atingir o nível posterior – de segurança – a menos que, anterior a isso, estruture a base de necessidades fisiológicas.

Entendo que a estruturação de uma cadeia produtiva da economia da música local obedece a uma lógica parecida tal qual o raciocínio de Maslow. Isto é, as etapas de produção, distribuição, comercialização e consumo não podem se desenvolver com abundância sem a base “invisível” da pré-produção. Ou seja, seguindo o raciocínio de Prestes Filho (2004), sem a base estrutural oferecida pela presença de indústrias de instrumentos musicais, indústria de equipamentos de som e gravação, matérias-primas para produção, fabricação de suporte, ensino profissional, artístico e técnico e, a meu ver, principalmente formação de plateia, todo o resto da estrutura da cadeia produtiva se torna instável e/ou subdesenvolvido. Metaforicamente, as etapas de pré-produção são as “necessidades fisiológicas” da cadeia produtiva local.

De modo geral, desde o fichamento do acervo do Ciclojam (1996-2005) até presente pesquisa, nota-se que a maior parte da crítica sobre a cena musical rock de Curitiba é em torno de um desejo por consumo local da música produzida na cidade. O consumo, seguindo pelo paralelo apresentado com a ideia de Maslow, seria a última etapa, de “realização”. Portanto, minha hipótese é de que sem a estruturação da base de pré-produção, a cadeia produtiva não alcançará um consumo significativo da música local e essas críticas tenderão a se perpetuar. O elemento local de maior significância na base deste raciocínio é a formação de plateia.

FIGURA 28 – PIRÂMIDE ESTRUTURAL DA CADEIA PRODUTIVA



Fonte: O autor (2020)

#### 7.4.2 Independência e acesso ao *mainstream*

Poucas bandas de Curitiba tiveram acesso a contratos com grandes gravadoras. Mercer (2017, p. 303) exemplifica este dado com uma breve história sobre a ascensão da banda curitibana Sr. Banana ao *mainstream*, onde aponta as estratégias utilizadas pelo grupo curitibano em 1994 para conseguir uma aproximação com a *major* Sony Music e depois com a britânica *Virgin Records*, o que vai de encontro às reflexões de Straw (1991) sobre as lógicas de mudança por “movimentos circunstanciais”. Em linhas gerais, segundo Almir Chediak, conforme citado por Vicente (2006), “o importante para o músico (a fim de conseguir um contrato) era não parecer independente”. Mercer ilustra bem este fato ao comentar o caso do grupo Sr. Banana, que conforme o autor, foi uma banda planejada para fazer sucesso.

Atualmente, a maior parte dos artistas da cena musical rock de Curitiba é completamente independente, isto é, desempenham a função por conta própria desvinculados de gravadoras ou leis de incentivo. Mesmo com a possibilidade de recorrer a incentivos de âmbito governamental, a maior parte desses artistas desacreditam ou simplesmente não conhecem esses recursos, o que condiciona a atuação dos músicos nesse setor a uma forma

estritamente autônoma, como descrito pelo primeiro nível de independência (MONTEIRO, 2008).

Nesse sentido, todos os custos, as pesquisas de mercado – quando acontecem –, o planejamento de *marketing*, a gestão de pessoas e recursos, a própria estruturação e posicionamento dos grupos musicais como modelos de negócio são de responsabilidade exclusiva do músico envolvido. Os grupos desenvolvem a ideia artística, ensaiam, produzem material audiovisual individualmente e oferecem os serviços de apresentação ao vivo nas casas noturnas da cidade. Em suma, é dessa forma que se estabelece o primeiro contato com a indústria do entretenimento na capital paranaense no âmbito da cena rock.

Então, se até o início dos anos 2000 havia uma lógica que convergia na busca dos artistas por fazer parte de uma gravadora, após esse período, com a frequente prática ilegal da pirataria e com as demais mudanças exemplificadas por Anderson (2006), com a falência da *majors*, ser independente passou a ser a única opção. A maior parte dos artistas se readequou às estratégias independentes que o digital passou a prover com a inserção de meios de produção e divulgação mais baratos.

No entanto, Alves (2017) ressalta que, passado o período de readequação das *majors* à turbulência causada pela pirataria, sobretudo com a inserção das plataformas de *streaming*, há atualmente uma lógica contrária à sugerida por Anderson, no sentido de que, mesmo com as possibilidades de emancipação digital, ainda há um movimento de forte interesse por parte dos grupos musicais em juntar-se aos catálogos das grandes gravadoras.

Por exemplo, no final de 2019, as bandas curitubanas Electric Mob, Semblant, Landfall e Sculptor anunciaram nas redes sociais seus contratos com a gravadora italiana Frontiers – a mesma responsável por supergrupos como Whitesnake e Europe. O fato foi celebrado nas redes com muito entusiasmo pois, ao firmar contrato com uma *major*, os grupos tem certa garantia da produção e financiamento de álbuns e turnês, sem contar o *networking* com artistas e produtores difundidos midiaticamente a nível internacional. Então, embora Anderson (2006) tivesse vislumbrado um futuro promissor aos grupos independentes no meio digital, na prática o que acontece é que comercialmente ainda é mais vantajoso estar no catálogo de uma grande gravadora.

#### 7.4.3 Músico-transmídia e a indústria em rede

Voltando para os músicos independentes, atualmente é de senso comum que os principais veículos de comunicação desses artistas sejam por redes sociais *online* e plataformas

de *streaming*. O que ilustra esse dado é o fato de aproximadamente 90% dos entrevistados acreditar que as mídias sociais são essenciais para venda de apresentações. Em Curitiba, das bandas de rock que possuem música autoral, é comum que não presem mais CD's e reservem a música autoral exclusivamente ao meio digital e para um nicho específico. Desses grupos, os que fazem *merchandising*, se atém principalmente à venda de roupas e acessórios personalizados com a própria marca. Surgiram também novas alternativas, como os *event cards*, que são cartões comercializados com códigos de acesso *online* para aplicativos de reprodução digital de música.

FIGURA 29 – EVENT CARD ZÉ RODRIGO



Fonte: O autor (2020)

A ideia colocada por Vianna (2009) de uma indústria (musical) em rede, atualmente se faz presente no cotidiano da cena musical roqueira. Não somente o grupo musical que se apresenta ao vivo em determinada casa noturna, mas a própria casa noturna e a audiência presente produzem material audiovisual, que é compartilhado publicamente nas redes sociais. Nesse sentido, na indústria em rede, perde-se a noção de “propriedade” do material. Em outro sentido menos passivo, a indústria em rede permite que as demandas moldem a forma e o conteúdo de produtos musicais, não somente através de comentários e sugestões, mas por exemplo, também por meio da participação em campanhas de *crowd fundind*<sup>144</sup>, onde o colaborador tem a possibilidade de interferir diretamente no produto final.

Mais além, a forma de produção digital e em rede é uma realidade no âmbito das gravações, por exemplo. É comum que, durante a gravação de um material musical, as várias partes que o compõem sejam registradas separadamente, de forma autônoma, em locais geográficos distantes, por pessoas em funções musicais diferentes e que, ao fim do processo,

<sup>144</sup> Financiamento coletivo realizado por campanhas *online*.

compartilham suas partes em sites de armazenamento *online* para que o material seja finalizado por um profissional alheio ao grupo musical, podendo estar inclusive em outro país. Dado os itens elencados por Lemos (2005), atualmente isso é uma possibilidade cotidiana que exclui a necessidade de o músico sair de seu *homestudio* para execução deste tipo de trabalho e ajuda a configurar o que se entende por indústria em rede.

De acordo com a perspectiva de De Marchi (2016), as mudanças iniciadas com a introdução da cibercultura na vida cotidiana estão longe de se estabilizar. Embora tendo a plena consciência da demanda extraordinária de estudos que um músico precisa para conseguir atuar em sua profissão, sugere-se que o artista do séc. XXI tenha os devidos conhecimentos de produção e disseminação de seus fonogramas, de seu *marketing* pessoal, suas redes e das estratégias envolvendo o consumo musical, fatores que, como já revisado anteriormente encontram-se facilitados pela ascensão do ciberespaço e da inteligência coletiva.

Durante a redação deste trabalho, a minha vivência na cena como músico profissional, e o contato com outros estudiosos e colegas de pesquisa, percebemos com o Grupo de Pesquisa em Etnomusicologia, GRUPETNO, novas demandas para a profissão músico. Dois dos itens apontados na interseção das esferas são o que Henry Jenkins (2009) entende por Convergência, que se refere aos múltiplos fluxos de informação entre mídias e, sobretudo, aos efeitos que isso causa “na mente das pessoas” e, mais além, o que o autor classifica como “Textos Producentes”, que são aqueles conteúdos mais propensos a serem compartilhados e envolvem um entendimento mais amplo de como as redes funcionam (JENKINS, 2014, p. 248).

Como percebido durante a etnografia para a realização deste estudo, uma dessas novas demandas para a profissão músico é o entendimento e o manuseio de tecnologias de comunicação e *marketing* digital. Ao que já foi debatido anteriormente sobre a atuação no mercado independente, completa-se a noção de que, cada vez mais, o profissional no ramo da música precisa dominar estes processos de produção e distribuição a fim de acompanhar o mercado e ofertar sua mão de obra.

Músico-transmídia seria então uma metáfora do conceito de Henry Jenkins e remete ao profissional da música que, além de ocupar-se com o domínio da própria profissão, tem autonomia para lidar no ambiente digital com o próprio planejamento de *marketing* e de conteúdo, que domina as plataformas de comunicação *online*, consegue produzir e editar material audiovisual e sabe, por diferentes fluxos narrativos, atingir seu público-alvo e conquistar mercado de forma independente.

Isso se aplica ao debate sobre cenas musicais ao contrapor a ideia de Convergência (JENKINS, 2009) com as lógicas de mudança colocadas por Straw (1991). Por exemplo, Straw



destaca na “lógica de movimentos circunstanciais” dois pontos chave de análise: os esforços dos profissionais da música para conseguir prestígio em determinado terreno e a contínua transformação das relações socioculturais, alianças entre determinadas comunidades musicais. Levando em conta que há recentemente uma forte demanda por domínio de meios digitais na profissão músico, é um tanto complexo analisar a lógica de movimentos circunstanciais em meio digital pelas vias da cibercultura.

Para exemplificar este dado, em entrevista para este trabalho, um colega<sup>145</sup> atuante em Curitiba por mais de 20 anos explica o que é chamado comumente de “Grupos de Interação”. Trata-se de uma prática que reúne músicos em grupos para trocar deliberadamente elogios públicos em redes sociais virtuais a fim de conseguir destaque no cenário virtual, o que pode acarretar em prestígio em cenas locais, ou mesmo globais (informação verbal):

Eu nunca tinha ouvido falar, mas já tinha desconfiado que existia tipo uma ‘puxação de saco’. [...] o cara vai lá, faz um solo cheio de ‘fritação’ e o outro vai lá e posta: ‘que lindo’; só frases lindas, uma mais linda que a outra. [...] o Instagram funciona um pouco assim, sabe? Quando você começa a interagir mais [...] o robzinho<sup>146</sup> dele começa a dar mais atenção para você. Existe tipo um código não oficial, assim, entre as pessoas. Por exemplo, eu curto seus *posts*, então você curte o meu. Eu comento o seu, então você comenta o meu. O cara separa um tempo do dia dele para só ficar lá navegando, curtindo e comentando. Então eles ficam comentado qualquer coisa e daí sai esses comentários aí. [...] o cara escreve qualquer coisa ali só para comentar e passar para o próximo. [...] o ‘Grupo de Interação’ nada mais é do que uma oficialização disso. Tem regras que você tem que concordar. São três passos: curtir, comentar e salvar. [...] o robzinho do Instagram vai contando ‘esse vídeo foi comentado, foi curtido e foi salvo por dez pessoas, então o vídeo é relevante’ – o robzinho dá mais atenção para esse vídeo.

Ele explica que os grupos de interação são uma prática velada, secreta e que não é vista com bons olhos para quem está de fora, mas ainda assim é muito comum nas redes, principalmente no Instagram. Esses grupos utilizam o aplicativo de mensagens Whatsapp para se organizarem e, sempre que algum membro faz um *post* em rede social, o grupo é acionado por meio deste aplicativo de mensagens para interagir com a postagem em um período de tempo limitado, por meio de elogios escritos no espaço destinado a comentários e “curtidas”, o que acarreta numa manipulação do algoritmo da plataforma em questão. Ele ainda ressalta que a maioria do conteúdo nem mesmo é visto, as pessoas do grupo de interação apenas reagem positivamente como parte de um acordo coletivo velado dos demais usuários, que visa manipular a rede para gerar mais destaque e prestígio para seus membros.

<sup>145</sup> Preferi não expor o nome do entrevistado para preveni-lo de julgamentos.

<sup>146</sup> Ele está se referindo ao algoritmo da plataforma em questão. Algoritmos são softwares que medem o comportamento dos usuários numa rede social e a condicionam para reagir a esses comportamentos de acordo com os interesses de seus gestores (GABRIEL, 2010).

Nesse contexto se aplica também o conceito de simulações (BAUDRILLARD, 1991), pois as reações às postagens são simuladas. O Instagram é um território digital repleto dessas relações. Recentemente houve uma porção de denúncias de canais por praticarem *fake guitar playing*<sup>147</sup>. Trata-se de uma prática em que o material audiovisual disponibilizado é editado para parecer extremamente complexo de se executar e, por isso, causa espanto e admiração dos espectadores. Guitarristas aumentam a velocidade de vídeos, ou “dublam” performances de alto nível previamente editadas para impressionar a audiência dessa rede social, causando simulacros – que se entende aqui por apresentarem-se como uma realidade idealista, mas que não passa de algo simulado. É uma tática para conseguir, por meio de interações reais, movimentar os indicadores de desempenho da rede digital, ganhar seguidores e, em consequência, vender determinado material *online* – normalmente cursos EAD de performance.

Martha Gabriel, em *Marketing na Era Digital*, explica com grande aprofundamento as dinâmicas que envolvem o ambiente das redes sociais digitais, sobretudo do ponto de vista técnico e estratégico. Dentre os conceitos, há a necessidade de se esclarecer o conceito de *Key Performance Indicators*<sup>148</sup>, ou KPI's. Segundo a autora, são diferentes indicadores de desempenho de determinada página *online*. Para exemplificar o caso dos grupos de interação e do *fake guitar playing*, podem ser divididos em três níveis: volume, que apresenta quantitativamente o valor e o alcance, em número de pessoas, de determinado conteúdo em rede digital; engajamento, que representa qualitativamente, está atrelado a interações ativas, isto é, com emissão voluntária de opiniões de usuários da rede, como comentários ou mensagens privadas, mas não contabilizam necessariamente a aquisição de público; conversão, que indica a aquisição de público-alvo, “em função dos objetivos estipulados”. (GABRIEL, 2010, p. 334).

Os KPI's são utilizados pelos algoritmos das plataformas para calibrar o ecossistema das páginas nela inseridas, podendo ajuda-las a obter mais alcance de pessoas, que é o caso de publicações “impulsionadas” por anúncios pagos pelos usuários ou, no sentido inverso, podendo limitar este alcance, que é o caso de páginas pouco ativas ou penalizadas por alguma violação nos termos de uso desses ambientes virtuais.

O relato sobre grupos de interação e demais simulações trazem à tona várias questões abordadas ao longo deste capítulo. Em primeiro lugar, é um fato que tem em sua essência a lógica de mudança por movimentos circunstanciais apontada por Straw (1991), pois além de reconhecerem o ambiente virtual como relevante para suas atuações, os músicos demonstram que entendem bem o funcionamento desta plataforma e, por isso, empregam uma tática a fim

---

<sup>147</sup> Falsa performance de guitarra

<sup>148</sup> Indicadores Chave de Desempenho

de burlar o algoritmo da rede social em busca de mais prestígio e reconhecimento dentro e fora dela. Em segundo lugar, é um exemplo claro de como o ciberespaço é condicionante e não determinante, conforme visto anteriormente segundo a ótica de Pierre Levý (2014).

Em terceiro lugar, entendendo as plataformas de rede social digital principalmente como ferramentas de entretenimento da indústria cultural, o relato confirma a falsificação das relações humanas que Adorno (1996), já no início do séc. XX, denunciara, pois, opiniões qualitativas são expressadas sem significar realmente aquilo que comunicam para um usuário padrão – aquele que não tem conhecimento dos grupos de interação.

Em quarto lugar, expõe a liquidez e a falta de significado dos bens culturais, bem como das trocas interpessoais e mesmo dos relacionamentos na contemporaneidade, como exemplificado acima pelos discursos favoráveis em conteúdos midiáticos de terceiros nem mesmo acessados por quem comenta, o que atesta então um carácter efêmero da sociabilidade nestas redes e ressona nas reflexões de Bauman sobre a liquidez dos laços humanos na modernidade e o paradoxo do indivíduo solitário numa multidão de outros solitários (2001).

## 8 CONSIDERAÇÕES TRANSITÓRIAS

### 8.1 REFLEXÕES E [RE]DEFINIÇÕES DO CONCEITO CENA MUSICAL

As reflexões em torno do conceito de cena musical, sobre a facilidade com que acontecem deslizos conceituais, a abrangência do termo, suas confusões e controvérsias, levaram à divisão desse fenômeno em três áreas principais de abordagem: espaço, indivíduo e tempo. De modo geral, cena musical se dá pela “conexão entre práticas musicais e o espaço em que elas estão inseridas” (JANOTTI JUNIOR, 2012, p. 2). Essa ideia inicial nos remete à relação individual com o espaço. Porém, entende-se que no contexto de conectividade generalizada ao ciberespaço, com os fluxos de trocas culturais internacionais intensificados e forte influência da indústria de produção cultural em rede, o conceito precisou ser mais desbravado.

A partir dessa ideia, como o próprio termo é maleável, buscou-se estabelecer uma perspectiva que fosse também maleável, utilizando aportes conceituais sobre espaço, cenário, territórios, lugares, não lugares, etc; indivíduos, comunidades, usos e funções da música, alianças, afetos, experiências musicais e extramusicais; o avanço tecnológico e a passagem do tempo, cadeia produtiva da economia da música, indústria cultural e reflexões em torno da “modernidade líquida” e os fazeres musicais. A isso desenharam-se convergências de conceitos que aproximam à noção de cena: ciberespaço, circuitos, territorialidades, cibercultura, gênero musical, entre outros, porém tendo o conceito de cena musical no centro destas interseções.

Seguindo esta lógica, entende-se que é possível por meio desse conjunto organizado de conceitos adentrar-se mais intimamente aos universos que envolvem cena musical. Um possível equívoco na tentativa de delinear um significado singular ao termo seja justamente excluir a pluralidade de conotações sugeridas por cena. Conclui-se, dado as inúmeras atribuições e suas confluências, que cena musical não “é” apenas um único conceito, e sim “são” concepções que relacionam o fazer musical com contextos em que ele está inserido.

Nesse sentido, acredita-se que cena pode ser definida de acordo com o contexto do objeto musical estudado, podendo ser uma conexão entre o fazer musical e: um território virtual; territórios geográficos desde um nível institucional (bar, clube, conservatório, etc), aos níveis local (rua, bairro, cidade), nacional, internacional; a relação com tecnologias produtivas, um ou mais gêneros musicais específicos, temporalidades no sentido em que movimentos se dão também em momentos de pouca duração, como é o caso de festivais e eventos esporádicos;

comunidades de práticas de domínios diversos referente aos usos e funções da música; um ou mais fatores simultâneos elencados anteriormente.

Contudo, propõe-se que quanto mais contextualizado for o fazer musical, isto é, quanto mais delimitado o recorte dessas expressões musicais estudadas, mais pontos de interseção existirão com o conceito de cena. Nesse sentido, sugere-se que para definir uma cena musical como objeto de estudo é preciso responder três perguntas em torno do objeto: quem está “musicando” (indivíduos, comunidades de prática e gosto)? Onde esses fazeres musicais acontecem (país, cidade, bairro, instituições)? Quando acontecem (em que anos, em quais meses, quais dias da semana)? Um ponto importante no uso deste termo é que condiz com fazeres musicais no âmbito urbano, podendo ser multi-situados, em que existe relação com uma cadeia produtiva, sendo assim um contrassenso utilizá-lo para âmbitos fora das cidades.

## 8.2 ATUAÇÃO MUSICAL ROQUEIRA EM CURITIBA

Em relação aos músicos atuantes na cidade de Curitiba, entende-se que os fazeres musicais relacionados ao rock até o presente momento configuram principalmente um ambiente masculino. As mulheres costumam atuar principalmente como cantoras, sendo o restante dos grupos musicais formado por homens, ou atuam com grupos exclusivamente femininos. É raro, porém não inexistentes, grupos musicais em que mulheres instrumentistas se misturam com homens. A maioria dos grupos musicais atuantes é exclusivamente formada por homens e, mesmo sendo os estudos de gênero também presentes no campo da etnomusicologia, esta pesquisa não cobriu esta lacuna sobre o rock em Curitiba. Entretanto, ao observar o público, nota-se que não há essa disparidade tão aparente entre homens e mulheres.

Proporcionalmente, ao observar o cenário de música ao vivo na capital paranaense, nota-se que há poucos jovens atuando remuneradamente neste mercado. A maior parte dos agentes possui mais de 31 anos de idade e, pelas lógicas já apresentadas e também vastamente comentadas a respeito da atuação em “panelas”, redes de relação, classe e bairro, entende-se que é restrita a aceitação de músicos jovens nos grupos já estabelecidos, o que configura um cenário de pouca receptividade e de maior perpetuação entre essas pessoas com mais de 31, o que explica a fatia considerável de agentes presentes na cena rock há mais de dez anos (52% aproximadamente).

É evidente também a cisão entre os grupos que atuam com *cover* e os que atuam com música autoral. Mesmo os grupos que atuam nos dois polos, dificilmente performam ambos repertórios nos mesmos locais de atuação. Observa-se que o cenário do entretenimento

privilegia a reprodução interpretativa de *hits* ao invés da música autoral por reflexo de uma demanda de mercado que provém principalmente da influência de meios de comunicação de massa, daquilo que é e foi amplamente difundido e comercializado, o que barra inovações de repertório e determina a maior parte da linguagem estética executada.

Um exemplo que ilustra o presente entendimento dos efeitos causados pelos meios comunicação de massa na configuração do cenário local é o fato de a maioria dos músicos nesta cena rock ser guitarrista e/ou vocalista, que são as atuações musicais mais visibilizadas e comercialmente exploradas pelos meios massivos no âmbito do gênero. Por conseguinte, mesmo que atualmente tenha se instalado um comportamento em rede menos dependente dos meios tradicionais, entende-se que os efeitos causados pela predominância do *broadcasting* e de sua lógica de repetição em décadas passadas ainda é muito presente e condiciona o comportamento dos agentes musicais em diversas disposições no campo do rock, tanto que o repertório das bandas observadas e registradas é na maior parte dos anos 1980 e 1990, época de extrema produtividade do rock e do *mass media*.

Defende-se esse ponto de vista dado que, segundo a lógica de Adorno (1996) sobre o fetichismo relacionado ao estrelato e, entendendo a estética de um gênero musical como um sistema codificado em signos, a forma pela qual um gênero deve soar para ser reconhecido como tal, é ditada pelas referências audiovisuais mais lembradas pela coletividade (RICE, 2014). Como o rock teve um período de super produtividade ao mesmo tempo em que o modelo de comunicação de massa, as referências mais utilizadas no gênero, mesmo atualmente, são aquelas que foram mais repetidas na radiodifusão, o topo da Cauda da Longa de Anderson (2006), os “grandes” *hits* dos artistas mais famosos.

Isto é, quanto mais famosa uma canção de rock, mais lembrada ela será e, logo, alcançará mais relevância semiótica dentro do gênero, portanto mais executada. Entende-se mais além, que isso é também uma forma de se reafirmar uma possível identidade roqueira na cena. Ou seja, no intuito de se reafirmar um comportamento atrelado a um gênero musical, os agentes musicais revestem-se dos signos que representam a referida prática no intuito de serem reconhecidos dentro de um campo simbólico: roupas, modos de agir e de falar, uso ou não de determinadas substâncias, posição política, gostos adjacentes (automobilismo, motociclismo, esportes, filmes) e compartilhamento de repertório.

Então, na tentativa de comunicar essa identidade musical na comunidade em que se faz parte, se escolhe e se prefere repertório amplamente difundido e facilmente reconhecível por uma maioria. Acredita-se que por efeito dessa questão simbólica, muito atrelada ao exposto

segundo Bourdieu (2007), que o público desse polo do rock em Curitiba seja tão resistente a mudanças, o que caracterizaria uma perda de referência e logo, de capital simbólico.

Supostamente, entende-se que essa busca por capital simbólico, que afeta tanto o público quanto quem performa é também, seja por fetichismo ou por benesses sociais, o que move grande parte dos agentes musicais que não depende financeiramente da música no sentido de concorrer na qualidade de hobbista no mercado musical. Como mostrado anteriormente, para um músico finalizar o mês tendo ganho mais de um salário mínimo com apresentações ao vivo na cidade de Curitiba, é necessário trabalhar aproximadamente seis dias, o que é um “privilégio” de poucos (11% dos entrevistados, aproximadamente), dado que uma “agenda cheia” nos principais dias de movimento no entretenimento noturno contemplaria oito dias de shows.

Portanto, o que faria tantos profissionais de outras áreas de atuação concorrer em um ambiente profissional informal, desregulamentado, onde já se tem oferta em excesso? Acredita-se que seja uma lógica similar àquela da fixação de repertório, uma vez que ambas estão relacionadas à busca de legitimidade no campo cultural estudado. Este pensamento tem ressonância no que Straw comenta a respeito de que cena é um território de “encontros teatrais” (2006, p. 8).

Nesse contexto, em que a atuação musical em apresentações ao vivo tende a ser disputada pelas benesses sociais decorrentes dela, de desregulamentação do setor, de congelamento e defasagem de cachês, de entretenimento tanto para quem está no palco quanto para quem está na plateia, de *hobby*, cria-se o senso comum de que a profissão é uma mera diversão onde é possível paquerar, ingerir álcool, se entreter ao mesmo tempo em que se trabalha. O imaginário do mundo corporativo como ideal de profissionalismo, muitas vezes tido como “sisudo”, é repellido nesse contexto. Isso contribui para a falta do *environment* profissional estimado nos comentários de Zé Rodrigo, por exemplo. Entende-se que esse contexto apresentado na pesquisa ajuda a criar o que os próprios músicos atuantes relatam como “amadorismo” na cena rock e consequentemente o paradigma muito frequente de que “é impossível viver de música em Curitiba”.

Fato é que não é impossível sobreviver atuando como performer na capital paranaense, como demonstrado por uma minoria de agentes musicais. Entretanto, entendo ser um desafio que requer também muito conhecimento e interesse do indivíduo pelo funcionamento do mercado, pelas leis, pela historicidade local, entre outros fatores, como relatado na entrevista com Zé Rodrigo, que é um agente musical de destaque no cenário local. Por outro lado, Ivan Jr. demonstrou em fala verbal que, embora seja necessário conhecer o mercado musical a fim de otimizar e profissionalizar a atuação dos grupos musicais, a maior parte dos indivíduos é



desinteressada por este tema, o que refletiu no fechamento de seu próprio negócio, em que a proposta era fazer gestão de grupos musicais. Ivan conclui que “o maior problema” é a educação do músico no entendimento de que a performance musical é objeto de comércio. Nessa perspectiva, para a rede de entretenimento local as bandas são produtos e as apresentações são serviços contratados, o que distorce a percepção de muitos agentes e os desafia a repensar a dicotomia arte *versus* negócio.

Ainda sobre a atuação musical dos artistas de rock em Curitiba, nota-se que há uma valorização da quantidade sobre a qualidade. Isto é, dado o contexto do mercado de apresentações musicais na cidade, principalmente em bares, os artistas se concentram em diversificar os trabalhos, dividindo-se em diferentes atuações e em variados projetos simultâneos a fim de aumentar a quantidade de apresentações e não a qualidade dos cachês recebido. Isso resulta em uma percepção comum no cenário musical, de que vários artistas, de grupos musicais diferentes, recombinações para executar repertório muito parecido. Ou seja, são as mesmas pessoas, executando músicas semelhantes, porém em grupos com indivíduos que se intercalam entre si entre um projeto ou outro. A isto refiro como sobreposição da quantidade à qualidade e entendo que, por readaptação ao mercado, tais estruturas contribuem para a fixação de práticas e de “panelas”.

De modo geral, respondendo por ora a questão inicial deste trabalho, acredito que em relação ao recorte anterior (1996-2005), a principal mudança provida pelo uso de tecnologias de comunicação digital foi um aceleração na visibilidade dos problemas que atualmente ainda persistem. Na década de 1990 e início dos 2000 falava-se em “amadorismo generalizado”; “rixas entre bandas”; “cachês baixos”; “isolamento” da cidade em relação ao resto do país; “autofagia”; “falta de valorização pelo público”; “falência do mercado independente”; “extrema valorização do exterior e desvalorização da produção local”; “o público ora está no palco, ora está na plateia”; “há muitas bandas para pouco espaço”; “Curitiba tem mentalidade provinciana” (MACAN, 2017, p. 26) e atualmente esses relatos ainda persistem. O uso das tecnologias digitais, em meu entendimento, deu relevância e visibilidade a estas discussões, mas não trouxe nenhuma solução imediata aos problemas.

### 8.3 ESTILO DE ROCK “BEM CURITIBANO MESMO”

Curitiba é uma cidade diversa em suas raízes étnicas, porém, não há uma percepção comum dessa diversidade porque os grupos, aparentemente, se fecham em suas próprias

comunidades. Se fosse possível apontar uma identidade na capital paranaense, seria a própria pluralidade de etnias.

Concomitante a este raciocínio, há pouca percepção em relação a um suposto estilo musical de rock curitibano. Por exemplo, algumas poucas bandas de destaque em mídia nacional, como o Relespública, o Sr. Banana, o Motorocker, o Blindagem, entre outros, foram nas décadas passadas reconhecidas independentemente de anunciar uma identidade musical curitibana, que não é nem mesmo reconhecida comumente. Os grupos musicais de sucesso em nichos específicos tiveram destaque soando esteticamente semelhantes aos movimentos a nível global nos quais fazem parte, como é o caso das recém afillhadas à italiana Frontiers, citadas anteriormente.

Não é possível concluir por este trabalho se existe uma identidade musical curitibana no rock local. Existem elementos que nos dão pistas sobre alguns signos comuns, especialmente em relação ao espaço “simbólico e expressivo” (VERGARA, 2013), mas nada musical que anuncie uma organização estética que paute um gênero roqueiro curitibano. Penso que a metáfora da “Seattle brasileira” faz mais sentido quando se considera Curitiba como um polo de celebração de estilos musicais reconhecidos internacionalmente ao invés de uma exportadora de inovações estilísticas, dado também ao desequilíbrio ocasionado pela quantidade de atuação de grupos *cover* em relação aos autorais. Em outras palavras, não se tem conhecimento de nenhum movimento roqueiro iniciado em Curitiba, com uma forma de soar musicalmente referente ao local, que tenha influenciado esteticamente o rock em proporções internacionais ou ainda locais.

#### 8.4 ONDE ESTÃO OS LOCAIS DESTA CENA ROCK?

Diferente das tendências apresentadas anteriormente sobre os estabelecimentos comerciais, nota-se que na cidade de Curitiba a disposição quantitativa de locais de entretenimento musical é proporcional à renda das regionais em que ocupam. Ou seja, a lógica para se abrir um bar, ou qualquer espaço para música ao vivo, tende a acompanhar a concentração de renda. Em outras palavras, na capital paranaense existem mais bares onde existe mais renda. A porção com mais concentração de renda na cidade são as regionais ao norte, sendo o sul desfavorecido neste sentido.

O Clay Highway é exceção a essa regra e mesmo tendo se fixado na porção sul da cidade, conseguiu adesão significativa do público roqueiro, sendo atualmente uma das maiores casas noturnas de Curitiba. Entendo que o caso deste estabelecimento, especificamente, foi

devido a um conjunto de componentes inovadores: a localização; o fácil acesso; a faixa de preço; a não cobrança de *couvert* artístico; o *design* exclusivo junto a proposta moto bar; a rotatividade de público; o baixo preço cobrado em atrações nacionais; entre vários outros. Este local preencheu uma lacuna na demanda por entretenimento em uma regional de pouca renda, porém muito populosa. As pessoas ali residentes, que antes precisavam se deslocar quilômetros para alcançar a porção norte da cidade, não mais empreenderiam este esforço. Sugere-se um estudo futuro relacionando a atuação administrativa deste estabelecimento com os processos de inovação.

## 8.5 CENA INTERCONECTADA

É de conhecimento geral que o uso de tecnologias digitais conectadas em rede ao ciberespaço se tornou fundamental para o fazer musical na contemporaneidade. Como exposto nas seções anteriores, estar posicionado neste ambiente é determinante para a atuação nesta cena musical. Entende-se, por outro lado, que muitas das “promessas” estratégicas vislumbradas pela literatura do início dos anos 2000 não se cumpriram como esperado. Por exemplo, Anderson (2006) vislumbrava um poder de nivelamento entre as produções independentes e as grandes corporações. Na prática, como já percebido por outros autores citados na pesquisa e também evidenciado por exemplos empíricos de bandas curitibanas, busca-se cada vez mais, mesmo com a infinidade de possibilidades do ciberespaço, estar atrelado a grandes gravadoras como estratégia comercial e de legitimidade no campo em questão, muito também pela razão de fazer parte de um “grupo seletivo”.

Esse ponto é reforçado pela pesquisadora Kariann Goldschmitt ao apontar que a queda brusca de aproximadamente 40% na receita da indústria fonográfica brasileira entre 2005 e 2009, que foi ocasionada como efeito da pirataria, ao invés de enfraquecer a grande indústria da música em privilégio das produções de nicho, resultou em estratégias de fusão de grandes empresas em conglomerados que, por reação ao declínio da receita, foram capazes de aumentar o “topo da cauda longa” em 10% nos anos seguintes, contrariando as expectativas de Anderson (2014, p. 504).

Mais além, levando em conta os expostos conforme Levý (2014), há uma íntima relação entre o ciberespaço e a cidade física. Entendo que essa foi a mais relevante e perceptível mudança promovida pela inserção de práticas ciberculturais na cena rock. As formas de se chegar aos locais, de se orientar dentro deles, de escolha, de se pesquisar a cidade é atualmente mediada intensamente pelo meio digital.

Sobre as relações interpessoais, ou entre grupos musicais, mesmo que em âmbito mais filosófico do que empírico, acredito ser evidente a “falsificação” e a efemeridade dessas sociabilidades. Nesse ponto, a meu ver, Bauman (2001) traça um raciocínio muito preciso e, atualmente, muito presente. Se antes da conectividade generalizada, comentada por Lemos (2005), destacavam o problema na criação de laços e afetos em Curitiba, após a revolução causada pela democratização da cibercultura, esse problema, em meu entendimento, ganhou mais agravantes: os laços efêmeros; a intensificação do parecer em detrimento do ser; a falsificação de alianças e a manipulação mais detalhada de relacionamentos entre grupos musicais, instituições e audiência; a quantificação das relações sobreposta à qualificação.

Isso se exemplifica nos grupos de interação, no *fake playing* e entre vários simulacros presentes nessas redes. A falsificação a que me refiro está também presente nas emoções em relação à música mediadas pelas plataformas digitais, em que por trás de um aparato, se torna fácil um usuário declarar afeto a determinado produto cultural ao mesmo tempo em que sente algo completamente contrário ao que profere nas redes, mas com qual intuito? No entanto sugiro essa discussão para um momento futuro.

## 8.6 A CADEIA PRODUTIVA E A FORMAÇÃO DE PLATEIA EM CURITIBA

Entendo que existe uma cadeia produtiva da música em Curitiba, porém ela é fragilizada em alguns aspectos já elencados anteriormente, principalmente nos dois primeiros elos: pré-produção e produção. Muitos dos problemas levantados nessa pesquisa parecem estar atrelados a um desequilíbrio entre oferta de apresentações musicais e demanda por esse tipo de entretenimento. Então, é possível afirmar que, comparativamente, há pouca demanda para os serviços ofertados pelas bandas de rock, uma vez que, neste polo estudado, os grupos exercem uma atividade comercial e tendem a receber cachê pelas execuções – na maioria de 0 a 200 Reais.

Uma forma de criar demanda, não somente para o rock em Curitiba, mas para as variadas expressões culturais locais é, a meu ver, o investimento em festivais públicos. Bacchieri (2012) exemplifica este dado ao relacionar a quantidade de festivais no Rio Grande do Sul com a demanda e reconhecimento por música local. Então é evidente, no intuito de agitar este mercado de entretenimento pautado na escuta de música local, a necessidade de um projeto governamental a longo prazo que dê visibilidade ao artista, crie espaços públicos (locais e midiáticos) e incentive a população a consumir e prestigiar estas expressões.

Curitiba já possui algumas iniciativas como esta, porém a pesquisa nos mostra que a maior parte dos agentes musicais presentes na cidade não estão satisfeitos com as ações realizadas. Preenchendo este primeiro “buraco” na pré-produção dentro da cadeia produtiva da música local seria um grande passo para viabilizar a resolução dos demais problemas de produção, distribuição, comercialização e consumo.

## 8.7 MÚSICO-TRANSMÍDIA

De acordo com os fatores de mudança comportamental elencados por Lemos (2005), entende-se que a prática musical precisou se readaptar por meio do letramento midiático nas novas possibilidades do ciberespaço. A produção, o consumo, bem como as relações sociais em rede precisaram ser absorvidas pelos agentes musicais como condição da própria atuação no cenário artístico da cidade. Não apenas *marketing* e publicidade, mas as formas de se apresentar conteúdos, de se dialogar *online*, entre outros fatores extramusicais configuram o que entendemos por “músicos-transmídia” (JENKINS, 2009), o que se ilustra, por exemplo pelos 72% de entrevistados que já realizaram publicações pagas direcionadas a nichos em redes sociais digitais e pelos quase 64% que atestam a validade da estratégia.

Transmídia é um conceito elaborado por Henry Jenkins (2009) no que diz respeito a diferentes narrativas por diferentes ambientes midiáticos que convergem para o mesmo produto comunicacional. Então o conceito de músico-transmídia é relacionado aos agentes musicais que desempenham a atuação musical, com suas diferentes etapas já elencadas anteriormente e, ao mesmo tempo, domina suas estratégias de produção de conteúdo comunicativo em ambiente digital. Mais do que ser “musicalmente eficiente”, o indivíduo atualmente precisa adicionar a seu arcabouço profissional uma ramificação direcionada ao *marketing* digital e suas estratégias, planejamento, algoritmos, ambientes, comportamentos, entre vários outros tópicos que são alvo de discussão de Gabriel (2010).

## 8.8 INOVAÇÃO E LACUNAS NO ESTUDO DA CENA ROCK CURITIBANA

O presente estudo deixou algumas lacunas a serem preenchidas, principalmente no que tange a interseção das esferas propostas na divisão teórica do trabalho. Então propõe-se uma análise mais atenta dos aspectos da “modernidade líquida” nas cenas musicais, sobretudo nas comunidades virtuais em torno dessas cenas. Se na década de 1990 Will Straw e outros estudiosos de cenas musicais já se preocupavam com o “mundo em mudança”, expressão que

dá nome ao congresso e que fora lançado seu artigo *Systems of Articulation, Logics of Change*, de 1991, vastamente citado neste trabalho, supõe-se que, atualmente, a mudança é muito mais acelerada e implica em análises ainda mais complexas sobre cenas, pois, conforme a máxima de Walter Longo, “no pós-digital, a novidade virou *commodity*” (LONGO, 2017). Questões sobre o comportamento das cenas, e nas cenas, ficam em aberto nesta época em que as tecnologias digitais, entre elas principalmente a *mobile*<sup>149</sup>, e a conexão onipresente tomam conta da vida de seus agentes.

Martha Gabriel explica três características essenciais do ser humano: (1) é *mobile* por natureza; (2) necessita de comunicação; (3) necessita da constante troca de informação como instinto e condição para sobreviver. Então, as tecnologias *mobile* surgem para ampliar esses três aspectos do ser humano. A isto a autora completa:

O desenvolvimento de técnicas e tecnologias da informação também se difunde pelos tempos, levando-nos ao cenário hiperconectado em que vivemos. Somos hoje nômades digitais possibilitados e impulsionados por milhares de anos de desenvolvimento de tecnologias da mobilidade, comunicação e informação. O futuro é *mobile* porque a natureza humana é *mobile* e as tecnologias digitais não apenas estão eliminando todas as restrições que nos impedem de exercitar a nossa mobilidade instintiva, mas também estão alavancando-a. Estudos revelam que a maioria das pessoas que possuem aparelhos celulares não fica a mais de um metro de distância dele, ou seja, os celulares tem se incorporado cada vez mais à vida cotidiana das pessoas em todas as situações, e está quase se tornando parte do corpo delas (GABRIEL, 2010, p. 159-160).

Além deste ponto, há também a ideia de Inovação em cenas musicais, que infelizmente, não cabe nesta pesquisa, porém se trata de um campo ainda inexplorado. Por exemplo, Rice (2014) destaca a necessidade do estudo de indivíduos inovadores em comunidades e sua relevância para a Etnomusicologia. O conceito de inovação foi explicado por Joseph Schumpeter em 1911 e para ele refere-se ao ato criativo que insere algo “novo” no mercado. Para o autor, a inovação é o elemento que move o sistema capitalista, podendo acontecer por meio da inserção de novos bens ou técnicas de produção ou, em âmbito maior, podendo também referir-se à criação de novos mercados (SCHUMPETER, 1997).

A inovação, neste sentido, tem seu valor medido à proporção de sua utilidade para um mercado específico e é neste ponto que difere do conceito de invenção. Uma invenção que não tem valor útil ao mercado ou não proporciona uma forma nova de resolver problemas não pode ser considerada inovadora. No passado o entendimento de inovação limitava-se a produtos e serviços, porém, atualmente o conceito está expandido para aspectos organizacionais e de

---

<sup>149</sup> Tecnologia móvel. Por exemplo, telefones celulares e *tablets*.

comercialização. Logo, segundo esta lógica, pode-se entender que a inovação é uma necessidade das instituições capitalistas e, de certa forma, das cenas musicais.

Ainda sobre inovação, Tom Kelley (2007), em seu livro *As 10 Faces da Inovação*, indica comportamentos que apontam indivíduos inovadores e que podem ser aplicados às cenas musicais: o antropólogo; o experimentador; o polinizador; o saltador de obstáculos; o colaborador; o diretor; o arquiteto de experiências; o cenógrafo; o cuidador; o contador de histórias. No caso de Curitiba, Mercer (2017) cita o caso de JR Ferreira que, além de músico e produtor, é o criador de um bar muito conhecido na cidade, o *92 Degrees*<sup>150</sup> e também o selo de gravação *Bloody Records*. Segundo a visão de Kelley, JR se enquadraria no caso do inovador “antropólogo”, pois este tipo de indivíduo traz as novas ideias para dentro de uma organização. O “antropólogo” é o responsável por observar o comportamento humano e compreender como as pessoas interagem com os produtos e serviços. JR se enquadra como indivíduo inovador pois, conforme o que Mercer coloca em sua apresentação, ele teve a capacidade de perceber demandas reprimidas, humaniza-las através da articulação de soluções, como foi o caso do *92 Degrees* e do *Bloody Records* na cena musical rock curitibana a partir da década de 1990 (MERCER, 2017, p. 382-389).

Percebe-se então, segundo a ótica de Kelley que há a atuação desses personagens no ambiente das cenas musicais, porém por limitação de tempo e espaço, este estudo não dará conta de exemplificar e contextualizar cada um deles, embora reconheça-se que seja um ótimo método para descrever e analisar uma comunidade musical específica, suas peculiaridades e problemáticas. Ao longo desta pesquisa, com as trocas de experiências no grupo de pesquisa, a atuação frequente na cena e as entrevistas realizadas, percebeu-se a presença diversificada de indivíduos inovadores na cena musical rock de Curitiba.

No âmbito das cenas, como são fenômenos fortemente influenciados pela globalização e indústria do entretenimento, em que prevalece a busca por obtenção de lucro e há intensa competição, sugere-se a aplicação do conceito de inovação segundo Schumpeter (1997), uma perspectiva econômica para estes fenômenos e seus agentes. Entender o ato inovador dentro do âmbito do espaço, a articulação entre políticas públicas e instituições privadas, dos indivíduos atuantes nas cenas e nas comunidades, segundo os cinco níveis propostos por Kimieck (2002, p. 40) e das temporalidades contingentes, através do efeito das tecnologias providas pela indústria na contemporaneidade, atrelado às reflexões de Straw, Bauman, Levý e Jenkins, pode

---

<sup>150</sup> Segundo Abonico Smith, o *92 Degrees* era “um porão aclamado por muitos músicos e frequentadores como o grande templo do rock curitibano” (MERCER, 2017, p. 386).



fomentar um estudo bastante relevante para a interseção da modernidade, dos espaços e dos indivíduos nas cenas musicais.

## REFERÊNCIAS

ACEVEDO, C. R; NOHARA, J. J. **Como fazer monografias, TCC, dissertações e teses**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ADORNO, T, W. **Theodor W. Adorno: textos escolhidos**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

ALVES, W, O. **Apropriações de Mídias Digitais e Dinâmicas de Difusão, Circulação e Consumo da Cultura em Rede: um estudo netnográfico com bandas independentes de São Luís - MA e Teresina - PI**. 186 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017.

AMARAL, A; MONTEIRO, C. Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. **Revista Famecos, mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, 2013.

AMARAL, P, M, G. **Estigma e Cosmopolitismo na Constituição de uma Música Popular Urbana de Periferia: Etnografia da produção do tecnobrega em Belém do Pará**. 244 f. (Doutorado em Música) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

ANDERSON, C. **The Long Tail, a nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados**. 9.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

ARAUJO, I, R, S. **Caminhos da Música Popular Instrumental em Aracaju**. 148 f. (Mestrado em Música) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

AUGÉ, M. **Los no lugares. Espacios del anonimato: Una antropología de la sobremodernidad**. 10.ed. Barcelona: Gedisa, 2008.

AZEVEDO, A, S. **A Cena Atual do Choro em Aracajú: Discursos e Identidades**. 197 f. (Mestrado em Música) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BACCHIERI, F. A Chacarera entre Argentina e Brasil: aportes e apropriações. **XXII Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música**. João Pessoa, 2012.

BATISTA, A. G. **Frei Bernardino Bortolotti (1896-1966) e a cena musical em Lages: Uma contribuição para a historiografia da música na Serra Catarinense**. 157 f. (Mestrado em Música) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

BATISTA, R. F. S; MONTEIRO, M. L. Cena e Mídia: a música independente de São Luís e suas articulações. **XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. João Pessoa, 2014.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BAUGH, B. Prolegômenos a uma Estética do Rock. **Journal of Aesthetics and Art Criticism**, v. 51, p. 15-23, 1993.

BELLEST, C; MALSON, L. **Jazz**. Campinas: Papirus, 1989.

BISPO, R. Os “emos das antigas” e os “posers de emo”: identidades, conflitos e estigma na cena musical roqueira. **Revista do núcleo de antropologia urbana da USP**. São Paulo, 2010.

BLACKING, John. **How musical is man?** 2. ed. Seattle: University of Washington Press, 1974.

BLACKING, John. **Music, Culture, and Experience: Selected Papers of John Blacking**. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

BONFIM, R. R. **Encontro de Compositores: Uma cena musical na cidade de Salvador – BA**. 186 f. (Mestrado em Música) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

BOURDIEU, P. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BRANDÃO, B. B. **Experimentações Ruidosas: Etnografia de uma cena de ruído carioca**. (Mestrado em Música) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

BRASIL. Medida Provisória Nº 919, de 30 de Janeiro de 2020. Aumento do salário mínimo. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 30 de jan. de 2020. Disponível em <<http://www.in.gov.br/materia/>> Acesso em 05 fev. 2020.

BRITISH BEER AND PUB ASSOCIATION. **History of the Pub**. Disponível em < <https://beerandpub.com/passions/history-of-the-pub/> > Acesso em 10 jan. 2020.

CAMBRIA, Vincenzo. “Cenas musicais”: reflexões a partir da etnomusicologia. **MÚSICA & CULTURA**. Salvador, v. 10, p. 1-17, 2017.

CAMINADA, T, A; SCHLINDWEIN, A, F; JOHN, V, M. Entre o escárnio e o ódio: haters e trolls no Facebook do G1. **Anais do VIII ENPECOM - Encontro de Pesquisa em Comunicação**. Curitiba, v. 8, n. 1, p. 11-24, 2016.

CAMPOS, C. “Eu não sou um caranguejo”: a recusa dos regionalismos na cena pós-mangue recifense. **II Congresso Internacional de Estudos do Rock**. Cascavel, 2015.

CANCLINI, N, G. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2008.

CANDEMIL, L, S. Panorama das pesquisas sobre a música do candomblé. **OPUS Revista Eletrônica da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música**, v. 25, p. 94-120, 2019.

CASTRO, Pedro Henrique Morcelli. **A Música Evangélica na Contemporaneidade**: O worship como prática que mudou a forma de se fazer música dentro dos cultos. 51 f. Trabalho de Graduação (Bacharelado em Música) – Departamento de Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHANG, H. **Autoethnography as method**. Walnut Creek: Left Coast Press, 2008.

COHEN, S. Men making a scene: rock music and the production of gender. In: WHITELEY, S. **Sexing the Groove**: popular music and gender. Routledge: New York, 1997. p. 17 - 36.

COSTA SEGUNDO, C, S. **Psycho Carnival**: 20 anos de resistência. 75 f. Dissertação (Trabalho de Conclusão de Curso em Música) Departamento de Artes (DeArtes), Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

CURITIBA. Câmara Municipal de Curitiba. Lei nº 10625/02, de 19 de Dezembro de 2002. **Diário Oficial do Município de Curitiba (DOM – CTBA)**, Curitiba, Paraná, 26 de Dezembro de 2019.

DE OLIVEIRA, D. **Curitiba e o mito da cidade modelo**. Curitiba: UFPR, 2000.

DEFACCI, R, S. **Blues do Delta do Jacuí: Um Estudo Etnográfico Sobre a Cena Musical Blues na Cidade de Porto Alegre**. 180 f. (Mestrado em Música) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

DELMIRO, E. S. Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira. **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação**, Campo Grande, 2001

ESTIVALET, F, V. Virtuosismo da Escuta e Produção da Introspecção. **Poderes do Som - Conferência Internacional de Pesquisa em Sonoridades**. Florianópolis, 2020, não publicado.

ESTÚDIO C. **Fabio Elias conta como surgiu a ideia de gravar sertanejo**. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/4354906/>>. Acesso em: 07 jan. 2020.

FERNANDES, A, C. **O Choro Curitibano**. Dissertação (Mestrado em Etnomusicologia) – Departamento De Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

FERREIRA, A, L. **Políticas Públicas para a Cultura na Cidade de São Paulo: A Secretaria Municipal de Cultura – Teoria e Prática**. 144 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Artes) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2006.

FREIRE FILHO, J; FERNANDES, F, M. Jovens, Espaço Urbano e Identidade: Reflexões sobre o Conceito de Cena Musical. **28º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro, 2005.

FRIEDLANDER, P. **Rock and Roll: Uma História Social**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FRITH, S. **Music and Identity**. New York: Routledge, 1996.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA, **Ciclojam: acervo (1996-2005)**. Curitiba: Gramofone, 2014.

GABRIEL, M. **Marketing na Era Digital: Conceitos, Plataformas e Estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010.

GALLET, Thiago Pires. **Cena musical independente paulistana – início dos anos 2010: A “Música Brasileira” depois da Internet.** 324 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Departamento de Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, 2013.

GROUT, D, J; PALISCA, C, V. **História da Música Ocidental.** 5. ed. Lisboa: Gradiva, 2007.

GUIA GEOGRÁFICO DE CURITIBA. **Bairros de Curitiba.** Disponível em: <<http://www.curitiba-parana.net/mapas/bairros.htm>>. Acesso em: 19 ago. 2019.

GAZETA DO POVO. **Guia Curitiba – Shows.** Disponível em: <<https://guia.gazetadopovo.com.br/shows/>> Acesso em: 19 ago. 2019.

GOLDSCHMITT, K. Mobile tactics in the Brazilian independent music industry. In **The Oxford Handbook of Mobile Music Studies**, vol. 1. New York: Oxford University Press, 2014, p. 497-522.

HERSCHMANN, M. **Indústria da música em transição.** São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010.

HERSCHMANN, M. Cenas, Circuitos e Territorialidades Sônico-Musicais. In: PEREIRA DE SÁ, S; JANOTTI JUNIOR, J. **Cenas musicais.** São Paulo: Anadarco, p.41-56, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Curitiba.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/curitiba/panorama>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. **Mapas de Curitiba.** Disponível em <<http://www.ippuc.org.br/mostrarpagina.php?pagina=350&idioma=1&ampliar=n%E3o#arruamento>> Acesso em: 19 ago. 2019.

JANOTTI JUNIOR, J. Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero mediático. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Niterói: UFF, 2005.

JANOTTI JUNIOR, J. Entrevista – Will Straw e a importância da ideia de cenas musicais nos estudos de música e comunicação. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação/E-compós**, Brasília, v. 15, n. 2, 2012.

JANOTTI JUNIOR, J; PEREIRA DE SÁ, S. Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital. **Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXVII Encontro Anual da Compós**. Belo Horizonte, 2018.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H; FORD, S; GREEN, J. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

KELLEY, T. **As 10 Faces da Inovação**. Campus, Rio de Janeiro, 2007.

KIMIECK, Jorge L. **Consolidação de comunidades de prática**: um estudo de caso no PROINFO. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) – PPGTE – Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná, Curitiba, 2002.

KOZINETS, R, V. **Netnografia**: Realizando Pesquisa Etnográfica Online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LAPLANTINE, F. **A Descrição Etnográfica**. São Paulo: Terceira Margem, 2004.

LEMO, A. CIBER-CULTURA-REMIX. **Sentidos e processos: cinético digital**. São Paulo: Itaú Cultural, 2005.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 3.ed. São Paulo: Editora 34, 2014.

LONGO, W. **Marketing e Comunicação na era Pós-Digital**: as regras mudaram. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

LOPES, A, R, M. **“Tudo Nosso, Nada Deles”**: A importância do Pagode Baiano na construção da identidade musical de crianças no engenho velho de brotas – Salvador. (Doutorado em Música) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

MACAN, P. A. C. **Música em Curitiba**: um recorte da cena independente entre 1996 e 2005. 57 f. Dissertação (Trabalho de Conclusão de Curso em Música) Departamento de Artes (Deartes), Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

MARCHI, L, D. **A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009**: Dos discos físicos ao comércio digital de música. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.



MASLOW, A. H. **Motivation and Personality**. 2. ed. New York: Harper & Row, 1970.

MAZER, D. H. Retórica do passeio: a cartografia de cenas musicais como método de pesquisa. **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2017.

MERCER, Eduardo. **Sob uma fina camada de gelo: o rock autoral e a alma arredia de Curitiba**. Curitiba: Edição do autor, 2017.

MERRIAM, A. **The Anthropology of music**. Evanston: Northwestern University Press, 1964.  
MONTEIRO, L. M. C. **Modelos de circulação do MP3 DEMO através da internet**: Um estudo de caso sobre música independente no Maranhão. 111 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Departamento de Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.

NETO, M. J. S. A **[des]Construção da Música na Cultura Paranaense**. Curitiba: Aos Quatro Ventos, 2004.

OLIVEIRA, L. X. Cenas musicais, experiências identitárias e práticas de consumo: os bailes black no Rio de Janeiro. **IS Working Papers**, Porto, v. 3, n. 9, 2015

PEREIRA DE SÁ, S. Will Straw: cenas musicais, sensibilidades, afetos e a cidade. In: GOMES, I. M. M; JANOTTI JUNIOR, J. **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 147-161.

PEREIRA DE SÁ, S. As cenas, as redes e o ciberespaço: sobre a (in)validade da utilização a noção de cena musical virtual. In: PEREIRA DE SÁ, S; JANOTTI JUNIOR, J. **Cenas musicais**. São Paulo: Anadarco, 2013. p.25-39.

PEREIRA, E. H. F. **Falas e Sonoridades do Blues em Salvador**: Uma identidade musical dos anos 80 até os dias atuais. 182 f. (Mestrado em Música) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

PEREIRA, S. L; SANTIAGO, S. Circuitos, cenas, cosmopolitismos: Cartografias da latinidade em São Paulo. **PPGCOM ESPM – COMUNICON**, São Paulo, 2014.

PITRE-VÁSQUEZ, E. R. **Veredas Sonoras da Cúmbia Panamenha**: Estilos e Mudança de Paradigma. 151 f. Tese (Doutorado em Musicologia) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

PITRE-VÁSQUEZ, E. R; MACAN, P, A, C. A Cena Musical em Curitiba: A Partir do Acervo do Programa Ciclojam entre 1996 e 2005. **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2017.

PITRE-VÁSQUEZ, E. R; MACAN, P, A, C. Campo epistemológico do fazer musical: uma reflexão sobre cenas musicais. **IX Encontro da Associação Brasileira de Etnomusicologia (ENABET)**, Campinas, 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. **Administrações Regionais**. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/o-que-sao-administracoes-regionais/80>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. **História - Imigração**. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/historia-imigracao/208>>. Acesso em: 06 jan. 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. **Prefeito assina neste sábado decreto de criação da regional Tatuquara**. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/prefeito-assina-neste-sabado-decreto-de-criacao-da-regional-tatuquara/38183>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

PRESTES FILHO, L, C. **Cadeia Produtiva da Economia da Música**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

REED-DANAHAY, D. “Introduction.” In: REED-DANAHAY, D. **Auto/Ethnography: Rewriting the Self and the Social**, New York: Berg, 1997.

REQUIÃO, L, P, S. **“Eis aí a Lapa...”**: Processos e Relações de trabalho do músico nas casas de shows da Lapa. 247. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

RIBEIRO, G, M. **A Transmissão do Choro em Mossoró**. 158 f. (Mestrado em Música) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2009.

RICE, T. **ETHNOMUSICOLOGY: A very short introduction**. New York: Oxford, 2014.

SANTOS, S, M, A. O método da autoetnografia na pesquisa sociológica: atores, perspectivas e desafios. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP**, v. 24.1, p. 214-241, São Paulo, 2017.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: Uma investigação Sobre Lucro, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico. Nova Cultural: São Paulo, 1997.

SCHOENHERR, R. **A imagem da música no espaço público em Ponta Grossa (PR) de 2010 a 2014**: Implicações geográficas do fotojornalismo cultural. 401 f. (Doutorado e Geografia) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2017.

SHUKER, R. **Vocabulário de Música Pop**. São Paulo: Hedra, 1999.

SILVA, J. R. **Frevos para Clarineta**: Uma história de resistência a cada passo. 159 f. (Doutorado em Música) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

SMALL, C. **Musicking**: The Meanings of Performing and Listening. University Press of New England: Hanover, 1998.

SOUSA, R. G. Rock, uma trajetória entre história e música. **Simpósio Nacional de História**, v. 24, São Leopoldo: Unisinos, 2007.

STRADA, S. Vídeo (02:05 min). Entrevista U2 Cover CWB. **Publicado por Programa É-Cultura**, 2016. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=sz3q7O7ZS70>>. Acesso em: 07 jan. 2020.

STRAW, W. Scenes and Sensibilities. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e-Compós**, v. 6, p. 1-16, 2006.

STRAW, W. Systems of articulation, logics of change: scenes and communities in popular music. **Cultural Studies** v. 5, n.3, p. 361-375, 1991.

STRAW, W. Sizing up record collections: Gender and connoisseurship in rock music culture. In: WHITELEY, S. **Sexing the Groove**: popular music and gender. Routledge: New York, 1997. p. 3 - 16.

SUTHERLAND, J; SUTHERLAND, J.J. **Scrum**: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo. Rio de Janeiro: Leya, 2016.

SUBTIL, M. J. D. Reflexões sobre arte e indústria cultural. **Linhas críticas**, Brasília, v. 14, n. 27, p. 283-299, 2008.

VALERIANO, L, A. **Adelmo Arcoverde, a “viola nordestina” na música instrumental de Recife**. 109 f. (Mestrado em Música) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018.

VERGARA FIGUEROA, A. **Etnografía de los lugares. Una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad**. Ciudad de México: Navarra, 2013.

VIANA, L. **Música na Cibercultura: reconfiguração da estrutura do mercado a partir da desintermediação do funk brasileiro e sua produção em rede**. 111 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2009.

VICENTE, E. A vez dos independentes: um olhar sobre a produção musical independente do país. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação/E-compós**, Brasília, 2006.

TORRES, F, G; ARAÚJO, C, R. Comunidade de prática: um estudo à luz da teoria de Etienne Wenger. *R.cient./FAP*. Curitiba, v. 4, p. 1-23, 2009.

US DEPARTMENT OF LABOR. **State Minimum Wage Laws**. Disponível em: <<https://www.dol.gov/agencies/whd/minimum-wage/state>>. Acesso em: 05 fev. 2020.

WENGER, Etienne. *Communities of practice: learning, meaning and identity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998a.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2007.